

DAFTAR PUSTAKA

- Aqqliyah, D. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif Dalam Belanja Online Menurut Perspektif ekonomi Islam. *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 6(12), 1–171.
- Awaluddin, M., & Sukmawati. (2017). Implikasi Theory of Reasoned Action dan Etika dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Niat (Studi Kasus Pada Kantor Samsat Kabupaten Kepulauan Selayar). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1(1), 79–95.
- Darmawan, N. D., Jariah, A., & ... (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Icon Technology Computer Di Kabupaten Lumajang. *Jobman: Journal of ...*, 95–104. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/566>
- Diah, B., & Agustinus, B. (2018). *Validitas dan Reabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media.
- Fahmi, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 565–572. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.565>
- Faradisa, I., H. L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian. *Journal of Management*, 2(2), 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Febriansyah, E. (2020). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 1(1), 20–24. <https://doi.org/10.36085/jems.v1i1.616>
- Indarsih, P., Sudodo, Y., & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Informasi terhadap Pembelian Impulsif Secara Online (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–12. <http://jurnal.uts.ac.id>
- Irawan, R., Nawangsih, & Bahtiar, R. (2019). Pengaruh Promosi, Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 121–129. <http://jkm.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.

- Kurniawan. (2014a). *Metode riset untuk ekonomi & bisnis*.
- Kurniawan, A. (2014b). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Alfabeta.
- Listyawati, I. H. (2017). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Beli Konsumen Di Pamella Empat Yogyakarta. *Jbma, Vol IV(2)*, 50–59.
- Lutfi, S., & Irwanto, J. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage, 1(1)*, 40–51. <https://doi.org/10.30741/adv.v1i1.17>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*.
- Manap, P. (2016). *Revolusi manajemen pemasaran*.
- Nanda Yuli Tania, Mokhammad Taufik, Z. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Butik Fayya Galery Pulo. *Proceedings ...*, 4(1), 216–222. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/364%0Ahttp://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/download/364/322>
- Ningsih, F. F., Darmawan, K., & ... (2021). Pengaruh Harga, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Shopee (Studi pada Konsumen Shopee di Kecamatan Kunir Kabupaten *Jobman: Journal of ...*, 43–52. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/470>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*.
- Putri, L. H. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Terhadap Produk Naget Delicy. *Performa, 1(2)*, 162–170.
- Riduwan. (2015). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*.
- Robby Fauji, & Syifa Pramudita Faddila. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif, 5(2)*, 35–56. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v5i2.1029>
- Setiyaningrum, A. (2015). *prinsip-prinsip pemasaran*.
- Sugiyono. (2014). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Mix (Methode)*.
- Sugiyono. (2018). *Statistik Non Parametri*.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*.

Wahyuningtiyas, L., Nawangsih, N., & ... (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Wakul Bu Tjipto. *Jobman: Journal of ...*, 77–83.
<https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/564>

<https://www.republika.co.id/berita/r3e6iz425/memperkenalkan-kopi-lumajang-ke-dunia-internasional>.

<https://yoursay.suara.com/kolom/2021/09/23/184232/kopi-gaya-hidup-masa-kini-dan-potensi-kemajuan-ekonomi>

<https://www.kompasiana.com/>

<https://bisnisukm.com/>

<https://lumajangkab.go.id/>

