

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Amirudin, A., Widarko, A., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh *Word of Mouth*, *Price*, dan *Product Quality* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Cafe Lelette Kopi Sigura-gura Sukun Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/Tijarah.V6i3.5612>
- Aprodita. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, *Word of Mouth* dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Lelang Pt Balai Lelang Serasi Palembang. 1–133. Diploma Thesis, Uin Raden Fatah Palembang.
- Azizah, A. N. (2022). Pengaruh *Word of Mouth* (WOM), Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen pada Toko Pasundan Pusat Dukuhwaluh, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas). 1–118.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Catalog : 1101001. Statistik Indonesia 2023, 1101001, 790.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. (2023). Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember BPS-*Statistics of Jember*. BPS Kabupaten Jember, 2023, 652.
- BPS Jawa Timur. (2023). BPS-Statistic of Jawa Timur. *Statistik Jawa Timur*, 2023.
- BPS Kabupaten Jember. (2021). Jember *Regency in Figures 2021*. *Jember in Figure (in Bahasa Indonesia)*, 24–26.
- BPS Kabupaten Jember. (2022). *Jember Regency in Figures 2022*. 638.
- BPS Kabupaten Jember. (2024). *Kabupaten Jember Dalam Angka 2024*. 744.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.
- Ciu, Duenyas, & Sahin. (2018). *Unbundling of ancillary service: How does price discrimination of main service matter? Manufacturing & Service Operations Management*, 20(3), 455-466. doi:10.1287/msom.2017.0646 (Vol. 1).
- Damayanti, V., & Thamrin, D. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mi Instan Merek Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa / i Universitas Bhayangkara Jakarta Raya) Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(8), 60–65.
- Hariabrata, Y. (2021). Upaya Pemerintah Provinsi Lampung Dalam Mensejahterakan Petani dan Industri Kopi Robusta Perspektif Siyash Dusturiyah (Studi pada Petani Kopi dan Industri Kopi Di Kecamatan Ulu Belu Kabupaten Tanggamus) Skripsi. 140(1), 6.
- Hariyati, Y. (2014). Pengembangan Produk Olahan Kopi di Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. *Agriekonomika*, 3, 81–91.
- Herlambang, E. D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga

- terhadap Keputusan Pembelian(Studi pada Surya *Coffee* di Kota Purwodadi). Huda, O. K., & Nugroho, A. T. (2020). Pengaruh *Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Dimediasi Kepercayaan Merek. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 141. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.436>
- Isma1, S., Sobari, T., & Yuliani, W. (2023). Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Kemandirian Belajar. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 6(6), 285–290. <https://doi.org/10.22460/fokus.v6i4.11006>
- Istanti, E. (2019). Pengaruh Harga, Promosi dan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Burger King Kawasan Surabaya Plaza Surabaya. 5–10.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Junaedi, I. W. R., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurohim, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Maharani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, A., Trinanda, O., & Santoso, R. (2022). Manajemen Pemasaran. In *CV. Eurieka Media Aksara*.
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Ejurnal.Poltekpos.Ac.Id*, 10, 1–8.
- Khasanah, (2020). Pengaruh Promosi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian(Study Kasus Konsumen Toko Family Cilacap) (Vol. 21, Issue 1).
- Lestari, D. W., Fauziah, N., & Yahya, V. A. (2021). Modal Sosial Pada on Farm Kopi Anorganik di Koperasi Serba Usaha “Buah Ketakasi” Desa Sidomulyo Kecamatan Silo Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5(2), 323–333.
- Lotulung, S. C., Lopian, J., Moniharapon, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2015). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan WoM (*Word of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercoss Pada. 3(3), 817–826.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat*.
- M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 143–144.
- Marantika, W., & Sarsono, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, *Word of Mouth*, dan Store Image terhadap Keputusan Pembelian: Studi pada Pengunjung Toko Amigo Pedan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 114. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.633>
- Masturi, H., & Hardini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Karate-Gi Merek Hokido di Lima Dojo Wilayah Dki Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2), 87–98. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.508>
- Maulida, S. N., & Agustina, T. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Produk Kopi Robusta Organik Koperasi Serba Usaha (Ksu) Buah Ketakasi di Kabupaten Jember. *Mediagro*, 18(2), 106–122.
- Mulkanuddin, R., Irawan, & Miftah. (2017). Faktor Manajemen Biaya dan Manajemen Pemasaran Terhadap Pendapatan Melalui Intensitas Produksi Pada Ukm Industri Rumahan di Kota Binjai. *Manajemen Tools*, 8(2), 68–78.

- Murtiningsih, D. (2023). Pengaruh *Word of Mouth*, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi. *Judicious*, 4(1), 29–37. <https://doi.org/10.37010/jdc.v4i1.1215>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 13–37.
- Paludi, S., & Juwita, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 18(01), 41–53. <https://doi.org/10.25134/equi.v18i1.3498>
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran *Word of Mouth* Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(3), 443. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i03.p02>
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Purwonto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. In *Revista Brasileira De Linguística Aplicada*.
- R.Rahmadhani, & Endang, P. A. (2018). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Perceived Risk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Tokopedia. *Journal of Social and Politic*, 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- Rachmad, Y. E. (2020). Manajemen Pemasaran, Digital Marketing dan Social Marketing : Mutiara Timur. In *Eureka Media Aksara*.
- Rafliatha, M., Suharyati, S., & Aryani, L. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Online Kopi Kenangan Ditinjau dari Pengaruh Marketing Mix. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1415–1427. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1228>
- Raharjo, R. J. H., & Alifianto, Z. A. (2023). Potensial Ekspor Komoditas Kopi dari Indonesia ke Malaysia dan Singapura. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 2959–2965.
- Ratela, G. D., & Taroreh, R. (2016). *Analysis of Differentiation Strategy, Quality Products and Price on Purchase Decision Coffee House in Coffee Island*. *Jurnal EMBA, ISSN 2303-1174*, 4(1), 460–471.
- Rizaldi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen Smartphone Realme Di Jabodetabek. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 1–196.
- Rolanda, Mu. V. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Pembentuk *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Flambojan Bandar Lampung. *Skripsi*.
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2023). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 5(1), 69–85.
- Rukmana, M., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas

- Pelayanan, Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods pada Konsumen Swalayan Kud Pakis. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 8(3), 73–89.
- Rumondor, P., Tumbel, A. L., J Ogi, I. W., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. *Harga..... 1102 Jurnal EMBA*, 5(2), 1102–1112.
- Sanaky, Saleh, Henriette, & Titaley. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Sugianto. (2023). Peran Desa Digital dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Pariwisata di Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo Kabupaten Jember. 0355, 161.
- Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In *Japanese Journal of Allergology* (Vol. 54).
- Sukawati, J. &. (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Aplikasi Penyedia Jasa Transportasi Berbasis Online Mengalami Persaingan yang Sangat Ketat Demi Mendapatkan Keuntungan yang Besar Terjadi di Kota Denpasar . Beroperasi Tiga Aplikasi Penyed. *Unud, E-Jurnal Manajemen*, 7(11), 5955–5982.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Syarifudin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. F. A. (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. CV. Istana Agency
- Tridina, C. (2022). Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Tahu Semedang Renyah Cabang Kampar.
- Utomo, P., Maduwinarti, A., & Pratiwi, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Kopi Mbah Sangkil Surabaya. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(9), 1–19. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/3036>
- Weenas, J. R. S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. 1(4), 607–618.
- Wenda Rumondor, P., Tumbel, A. L., J Ogi, I. W., Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, F., Kunci, K., & Produk, K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan *the Effect of Quality Products, Price, and Word of Mouth on the Decision To Purchase on* Rumah Kopi dan Mie Toronata Di Kawangkoa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1102–1112.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582.

<https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1573-1582>

Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). *Electronic Word of Mouth*, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.

<https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33320>

Yunita, A., Fadhillah, I., & I. (2024). Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi (Studi Kasus pada Usaha Gisting Coffee Roastery di Kecamatan Gisting, Lampung). *Jurnal Simki Economic, Volume 7 Issue 2, 2024, Pages 489-499*, 9(8), 187–198.

Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi Dengan SPSS*. In *Mandala Press*.

