

DAFTAR PUSTAKA

- Afriliana, A. 2018. *Teknologi Pengolahan Kopi Terkini*. 2018. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Al Ghifari, M. A., Nurrohman, A., Cantika, A., Napila, S., & Bahri, N. A. (2022). *Mengidentifikasi Faktor Internal Dan Eksternal Pemasaran Produk Kopi (Desa Gunung Karamat Kabupaten Sukabumi)*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Abdi Putra*. <https://doi.org/10.52005/abdiputra.v2i3.121>
- Anjani, M., Puspitaningrum, D. A., & Senjawati, N. D. (2021). *Prioritas Strategi Pemasaran Biji Kopi Panggang Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada Lestari Coffee Roasters*. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*. <https://doi.org/10.31315/jdse.v22i1.5372>
- Arjang, A., Harwin, H., Hamid, W., & Jaya, A. R. (2019). *Pelatihan Marketing Strategi Tenaga Pemasaran Guna Pencapaian Target Penjualan*. *BAKTIMAS :JurnalPengabdian Pada Masyarakat*, 1(4), 212–217. <https://doi.org/10.32672/btm.v1i4.1723>
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan pusat statistik, 2021. *Statistik Produksi Komoditas Perkebunan Indonesia*. Jakarta: BPS Indonesia
- Badan Standarisasi Nasional. 2008. SNI 01-2907-2008. *Tentang mutu Biji Kopi*. Badan Standarisasi Nasional. Jakarta
- Bukhori T., Rachmad Edison.,Made Same. 2016. *Pengaruh jenis dan lama penyangraian pada mutu kopi Robusta*. Volume 4 No. 1
- Chandra, Christian, (2016) *Peranan Peresepsi Manfaat, Peresepsi Kemudahan, Fitur Produk, Motifasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian(Studi Pada Pengguna E-Money di Indonesia)*, <http://mahasiswa.dinus.ac.id/docs/skripsi/jurnal/18878.pdf>
- Choiron, M., Teknologi, J., Pertanian, H., Pertanian, T., Korespodensi, U. J., & Kalimantan, J. (n.d.). *Penerapan Gmp Pada Penanganan Pasca Panen Kopi Rakyat Untuk Menurunkan Okratoksin Produk Kopi (Studi Kasus Di Sidomulyo, Jember)*.

- Coffee Otten. 2015. *Evolusi Kedai Kopi. (Online)* [.https://ottencoffee.co.id/majalah/evolusi-Kedai-kopi](https://ottencoffee.co.id/majalah/evolusi-Kedai-kopi). Diakses tanggal 28 Februari 2023
- Damayanthi, N. P. D., ADH, I. P. W., Januhari, N. N. U., Putra, I. M. S. A., Muliawan, I. G. A. I., Putra, I. P. K. S., Putra, K. N. T., Gautama, I. M. B., Hendrawan, I. N. R., & Saputra, I. M. A. B. (2021). *Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Produk Pada UKM Sari Ne Lemon. Journal of Community Development*, 2(2), 102–106. <https://doi.org/10.47134/comdev.v2i2.50>
- David, Fred R. 2016, *Manajemen Strategis Konsep*. Edisi 12, Jilid I, Terjemahan oleh Dono Sunardi, Jakarta: Salemba Empat.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony, (2017), *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Elli, H. S., Pardian, P., & Syamsiyah, N. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kopi Suka Sangrai Di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.5619>
- Fatmawati, Kurniawan, B. P. Y., & Suryadi, U. (2018). *Analisis Daya Saing Dan Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Java. Jurnal Pertanian*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Debby Arisandi Halaman 61 dari 76 JMD. In *Jurnal Manajemen Dewantara* (Vol. 1, Issue 2). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Frans, S., & Tiara Narundana, V. (2022). *Strategi Pemasaran Robusta Coffee Bunga Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.132>
- Frey, D. 2003. *Education-Based Marketing: How To Make Business Come To You*. <http://www.businessknowhow.com/marketing/education.htm>
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Penerbit Andi : Jakarta
- Heizer, J and Render. 2010. *Manajemen Operasi*, Buku kedua, Edisi Kesembilan. Salemba Empat. Jakarta.

- Helmi Mustawinar, B. (2021). *Pendampingan Design Dan Labelling Product Bagi Pelaku Usaha Pemula Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Luwu Raya*. In *J. A. I :Jurnal Abdimas Indonesia*. <https://dmi-journals.org/jai/>
- Hidayat, A.N., Raharjo, S. & Suharjo, B. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Kopi Ready To Drink (RTD) Industri Kecil Menengah Agroindustri Kopi Dompot Dhuafa Di Bogor. : Jurnal Bauran Pemasaran*.
- Imtihan, S. A. S., & Kardoyo, K. (2019). *Kemitraan Produksi dan Pemasaran UMKM Sirup Mangga*. *Economic Education Analysis Journal*, 8(1), 179–192.
- Kakati R. P., dan Ahmed S. (2014), *Rural Market Dynamics and Product*
- Kezia Yedida, C., &Ulkhaq, M. M. (n.d.). *Perencanaan Kebutuhan Persediaan Material Bahan Baku Pada CV Endhigra Prima dengan Metode Min-Max*.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Landa, Robin. (2006). *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). *Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlash*. *JMM* 3765 Yuliana FH, Meningkatkan Daya Saing. (*Jurnal Masyarakat Mandiri*), 5(2), 624–632.
- Mamik. 2015. *Metode Kualitatif*. Sidoarjo : Zifatama Publisher.
- Marcomm & Toffin . (2019, Agustus). *BREWING IN INDONESIA: Insights for Successful Coffee Shop Business*. *Majalah Mix MarComm (Grup SWA Media)*. *MERK KEMASAN UMKM BOGOR*. (n.d.).
- Nazaruddin. 1993. *Komoditi Ekspor Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Novitasari, U. D., & Ismail, A. M. (2021). *Strategi Pemasaran Kopi Luwak pada UMKM Zhibond Coffee di Kabupaten Jember*. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.8>
- Nurasia, Mustawinar, B. H., & Sukarti. (2021). *Pendampingan Design dan Labelling Product Bagi Pelaku Usaha Pemula dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Luwu Raya*. *Abdimas Indonesia*, 1(2), 26–32.

- Oktariza, M. A., Nusril, N., & Sukiyono, K. (2020). Nilai Tambah Dan Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Aroma. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pertanian*. <https://doi.org/10.37676/agritepa.v7i2.1160>
- Pamungkas, M. T., Masrukan, M., & Kuntjahjawi, S. A. R. 2021. *Pengaruh Suhu Dan Lama Penyangraian (Roasting) Terhadap Sifat Fisik Dan Kimia Pada Seduhan Kopi Arabika (Coffea Arabica L.)* dari Kabupaten Gayo, Provinsi Aceh. *Agrotech: Jurnal Ilmiah Teknologi Pertanian*, 3(2), 1-10
- Pemasaran Penetration. *The IUP Journal of Management*, Vol. XIII, No. 1
- Pembuatan Desain Kemasan Produk. Journal of Community Development*, 2(2), 102–106.
- Pramudya, F. N., & Gabrienda, G. (2021). *Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk di Kabupaten Rejang Lebong (Studi Kasus UD. Cap Gentong Mas)*. *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Purnavita, S., Yosep H Sriyana, H., Widiastuti, T., Studi Teknik Kimia, P., Kimia Industri Santo Paulus Semarang, A., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, S. (n.d.). *Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen*. <http://journal.upgris.ac.id/index.php/e-dimas>
- Putri, M. A., Yuliandri, & Hutama, Y. P. (2022). *Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Kiniko di Nagari Tabek Patah Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar*. *Jurnal Agribest*.
- Putri, F., Lusianingrum, W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). *Pelatihan Labeling Kemasan Produk Umkm Mitra Binaan Posyantek Al-Ikhlash*. 5(2). <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4105>
- Rahardjo P..2012. *Paduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*., Jakarta: Penebar Swadaya
- Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, Muchlisin. 2012. *Pengertian, konsep dan strategi pemasaran*.
- Richard Chayadi, Feryandi Suhardi. 2021. *Fibrosis Paru Pasca COVID-19: Sebuah Tantangan Baru*. *Jurnal Medika Utama*. 3(1):1669.
- Ridwansyah. 2003. *Pengolahan Kopi*. Departemen Teknologi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Saaty, Thomas L. (1994). *Fundamentals of Decision Making and Priority Theory*. Pittsburgh: RWS Publications

- Saaty. T. L, 1980, *The Analytic Hierarchy Process*, McGraw Hill International. Sains
- Samudi. 2019. *Strategi Pemasaran Kayu Sengon (Studi Kasus CV. Halmahera Group) Di Kabupaten Trenggalek*. Magister Agribisnis, 19(01) : 40-47
- Scelly, A., Chayadi, R., &Loisa, S. (2021). *Strategi Marketing Public Relations Kopi KenangandalamMembangun Brand Awareness* (Vol. 5, Issue 1).
- Schroeder, R. G. 1994. *Manajemen Operasi Pengambilan Keputusan dalam Suatu Fungsi Operasi*. Erlangga: Jakarta.
- Setyorini, H., Effendi, ud, & Santoso, I. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (StudiKasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang)*. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Setyorini, H., Mas'ud. E., dan Imam S. 2016. *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang)*. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. 5 (1):46-53
- SifaImtihan, S., Artikel, I., & Artikel, S. (2019). *Economic Education Analysis Journal*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Simatupang, A. E. C., Dimatupang, J. T., & Berutu, P. T. S. S. (2022). *Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Robusta*. *Jurnal Methodagro*.
- Soekartawi. 1991. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 151 hal.
- Sugiarto, A. P, (2012). *Penetrasi Pasar pada Praktik B2C untuk Ritel*, Jurnal
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Syahputra, M. R. (2020). *Strategi Pengembangan Kopi Robusta di Kabupaten Merangin, (Studi di Kecamatan Jangkat, Sungai Tenang dan Lembah Masurai)*

- Suhermanto, A. Y., Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, M. P., & Ir. M. Noerhadi Sudjoni., M. . M. . (2021). *Efisiensi Dan Strategi Pemasaran Produk Kopi Mbahtoe*. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*.
- Sulistiono, S., & Mulyana, M. (2021). *Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor*. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.512>
- Suraya, F., Galuh Maharani, D., Rachmawati, H., Mayang Yulia Putri, D., & Andika Sari, R. (2021). *Jurnal Puruhita Peran Digital Marketing dan Packaging dalam Meningkatkan Produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candiroto, Kabupaten Temanggung*. In *Puruhita* (Vol. 3, Issue 2). <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/puruhita>
- Suryana. 1990. *Diversifikasi Pertanian Dalam Proses Mempercepat Laju Pembangunan Nasional*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Thomas Edvan, B., Edison, R., Made Same, dan, Jurusan Budidaya Tanaman Perkebunan dan, M., & Pengajar Jurusan Budidaya, S. (2016). *Pengaruh Suhu dan Lama Penyangraian pada* (Vol. 4).
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Umar, H. 2001. *Strategic Management In Action, Konsep, Teori, Dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Micheal R, Porter, Fred R. David, Dan Wheelan-Hunger*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Varnam, H.A. dan Sutherland J.P. 1994. *Beverages (Technology, Chemistry and Microbiology)*. Chapman and Hall. London.
- Wintoko, R., & Marlana, N. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Pada UKM Rumah Kopi Temanggung*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.
- Yedida, Cynara Kezia dan Ulkhaq, Muhammad Mujiya. (2015). *Perencanaan Kebutuhan Persediaan Material Bahan Baku Pada CV Endhigra Prima dengan Metode Min-Max*. Semarang: Universitas Diponegoro