

DAFTAR PUSTAKA

- Arman, S. 2023. *Strategi Pemasaran*. Widina Media Utama.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2022. Produksi Perkebunan Karet dan Kopi Menurut Kabupaten/Kota dan jenis tanaman di Provinsi Jawa Timur (Ton). 6 Agustus 2024. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2023/03/21/2601/produksi-perkebunan-karet-dan-kopi-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-tanaman-di-provinsi-jawa-timur-ton-2021-dan-2022.html>.
- Badan Pusat Statistik. 2022. Statistik Kopi Indonesia. 6 Agustus 2024. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9f8/statistik-kopi-indonesia-2022.html>.
- Budiman, H. 2015. *Prospek Tinggi Bertanam Kopi*. Pustaka Baru Press.
- David, F. R. 2011. *Manajemen Strategis Konsep., Edisi 12*. Jakarta : Salemba Empat.
- Gautama, Y., dan Mulyaningsih, A. 2022. Strategi Pemasaran Kopi Robusta di Kabupaten Serang. *Jurnal Ilmu Pertanian Tirtayasa*, 4(2), 291–305.
- Ginting, D. P., dan Andarini, S. 2021. Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Pada Kopi Zest Sidikalang Di Kabupaten Dairi, Sumatera Utara. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2), 1–10. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2.118>.
- Hidayat, R. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop Kelokopi dengan SWOT Analysis dan Boston Consulting Group (BCG). In *Jurnal Batusangkar* (Vol.5,Issue2).<https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/handle/123456789/21310>.
- Ketut, R. P., dan Rihayana, I.G. 2019. *Innovation as A Strategy of Agrowical Competition Advantage in Improving Marketing Performance of Luwak Coffee Products in Gianyar Bali*. *International Journal of Applied Business and International Management*, 4(2), 41–48. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v4i2.565>.
- Lestari, A., Pratiwi, S., Fauziah, D., Nurmayanti, F., Azizah, N., dan Rahmadhani, V. (2023). Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Kopi pada “Rene Ngopi” dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(2). Retrieved from <http://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/197>.
- Mahmudati, R., dan Indrawati, T. 2019. Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Kopi Dusun Bogoran Kecamatan Sapuran. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*

Kepada Masyarakat UNSIQ, 6(3), 172–175.
<https://doi.org/10.32699/ppkm.v6i3.768>.

- Muhammad, R., Hermana, D., dan Kurnaeli. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Kopi Lokal pada Warunk Garoet. *Journal Knowledge Management*, 14(1), 027–036. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JKM/article/view/1643>.
- Novitasari, U. D., dan Ismail, A. M. 2021. Strategi Pemasaran Kopi Luwak pada UMKM Zhibond Coffee di Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(1), 42–51. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.8>.
- Pandiangan, B., dan Sihombing, B. 2023. Penyusunan Strategi Pemasaran Kolektif Komunitas Produk Kopi di Kabupaten Samosir dengan Menggunakan Matriks SWOT dan Metode QSPM. *Open Journal Systems*, 2023(7), 261-350.
- Puspita, R, dan Desfaryani R. 2023. Strategi Pemasaran Produk Olahan Kopi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh diindeks*. <http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v10i3.11588>.
- Rachman, R. 2021. *Integrated Marketing Communication and Coffee Shop. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2021(2), 214–221.
- Rahardjo, P. 2012. *Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rangkuti F. 2016. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, M., dan Hanafiah, H. 2021. *Analysis of Coffee Shop Marketing Strategy Om Bewok: Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Om Bewok. Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3), 274–283. <http://ijebef.esc-id.org/index.php/home/article/view/37%0Ahttps://ijebef.esc-id.org/index.php/home/article/download/37/26>.
- Rizal, A. 2020. *Buku Ajar di Era Masyarakat Industri 4.0*. CV Budi Utama.
- Rizal, K., Safrizal., dan Rahmat, F. 2022. Preferensi Agtron Terhadap Hasil Penyangraian Kopi Arabika Gayo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 1(7), 614-053. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v7i1.19003>.
- Rusdin, R. A. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Kopi Benteng Alla Di Kabupaten Enrekang *Strategy Marketing Analysis of Benteng Alla Coffee in Kabupaten Enrekang. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 29–41. <http://nasional.republika.co.id>.

- Sari, N. P., Teguh, I., dan Surip, M. 2013. Mengenal Kopi Arabika Java Ijen-Raung. Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia <https://warta.iccri.net/wp-content/uploads/2023/06/3.Niken-Puspita-Sari-Teguh-Iman-Santoso-dan-Surip-Mawardi-Mengenal-Kopi-Arabika-Java-Ijen-raung-Kopi-Bersertifikat-Inikasi-Geografis-Pertama-di-Jawa-Timur>.
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung : MANDAR MAJU.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA.
- Sukatmadiredja, N. R., dan Rosita, W. M. 2019. Strategi Pemasaran Melalui Analisis Swot Pada Perusahaan Kopi Lokal. *Ecopreneur*.12, 2(2), 12. <https://doi.org/10.51804/econ12.v2i2.497>.
- Suwarto. 2014. *Top 15 Tanaman Perkebunan*. Penebar Swadya.
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Wachdijono, Wahyuni, S., dan Trisnaningsih, U. 2022. Sosialisasi Strategi Pemasaran Kopi Lokal. *Jurnal Qardhul Hasan; Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 275–285. <https://ojs.unida.ac.id/QH/article/view/5308>.