

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningrat, N., Albina, M., Padila, W., dan Tanjung, E. . (2025). **Descriptive Research In Education**. *Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, 2(3), 2557–2564. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Akbar, tegar ramadhan, Lestari, dyah aring hepiana, dan Nugraha, A. (2020). **Analisis Bauran Pemasaran, Risiko, Dan Kinerja Keuangan Agroindustri Kopi Bubuk Cap Obor Mas Lampung, Di Kecamatan Kotabumi Kota, Kabupaten Lampung Utara**. *jurnal agribisnis universitas lampung*, 8(1), 78–85.
- Andarini, S., Kusumasari, I., dan Dwiheriana, F. (2024). **Hubungan Antara Lingkungan Bisnis Dengan Rencana Pengembangan Bisnis**. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(1), 1–10.
- Anwar, M., Khoirotunnisa, F., dan Warmana, oka G. (2021). **Pengembangan Sistem Pemasaran Produk Kopi Melalui Branding Dan Penggunaan E-Commerce Di Desa Wonosobo, Banyuwangi**. *jurnal pengabdian masyarakat*, 1(1), 36–41.
- Ariyanto, A. (2023). **Manajemen Pemasaran**. Penerbit Widina Bhakti Persada. Bandung
- Badan Standardisasi Nasional. (2008). **Standar Mutu Biji kopi**. *Badan Standardisasi Nasional*, 1–12. https://id.scribd.com/document/584188868/SNI-01-2907-2008-Biji-Kopi#google_vignette (Diakses pada 22 Agustus 2026 13.20 WIB)
- Badan Standardisasi Nasional. (2021). **Kopi sangrai dan kopi bubuk**. *Badan Standardisasi Nasional*, 1–26. <https://id.scribd.com/document/747156092/SNI-2-22-SNI-8964-2021-Kopi-sangrai-dan-kopi-bubuk> (Diakses pada 22 Agustus 2026 13.20 WIB)
- Barney, J. (1991). **Firm Resources and Sustained Competitive Advantage**. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- BPS. (2024). **Badan Pusat Statistik Luas Perkebunan Kopi Di Jawa Timur**. 2025. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTMxIzI=/luas-tanaman-perkebunan-menurut-provinsi--ribu-hektar-.html> (Diakses pada 22 Januari 2026 09.00 WIB)
- Chase, richard b, Jacobs, R., dan Aqualino, N. (2019). **Operations Management For Competitive Adventage**.
- Darmayanti, komang listia, Hartati, A., dan Yoga, i wayan gede sedana. (2021). **Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi “ Kandra Coffee ” Denpasar Bali menggunakan Metode SWOT dan QSPM**. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 9(2), 228–237.

- Darsana, i made. (2023). **Strategi Pemasaran**. In M. A. Wardana (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Nomor 0). Infes Media. Badung,Bali. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=ind&id=LRHUEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=strategi+pemasaran+infes+mediad&ots=XlvaMYiNsOd&sig=msxn6c-4fqdXTx0nki7ueiACa&redir_esc=y#v=onepage&q=strategi+pemasaran+infes+mediad&f=false
- David, F. R., dan David, F. R. (2016). **Strategic Management Concept (15 ed.)**. Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- David, M. E., David, F. R., dan David, F. R. (2009). **the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Applied To a Retail Computer Store**. *The Coastal Business Journal*, 8(1), 42–52.
- Fatimah, fajar. (2020). **Teknik Analisis SWOT**. Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta
- Febriansyah, akbar sodikin. (2024). **Perancangan Strategi Pemasaran pada Coffee Shop dengan Metode SWOT dan QSPM: Studi Kasus Kafe Ruang Warga**. *Sci-Tech Journal*, 3(1), 10–17. <https://doi.org/DOI: 10.56709/stj.v3i1.194>
- Fitriani, dan Yuliani, H. (2023). **Karakteristik Kimia Kopi Bubuk Dan Mutu Sensori Seduhan Kopi Arabika Jantan (Peaberry) Dengan Variasi Suhu Penyangraian Di Koperasi Baitul Qiradh Baburayyan**. 25(1), 212–221.
- Hartoyo, B. (2022). **Karakteristik Sensori Kopi Robusta Berdasarkan Tingkat Kematangan Buah**. *Jurnal AgriFoodtech*, 2(2), 49–58.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2016). **Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, Dan Menengah. Exposure Draft Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah**, 64.
- Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, Sunarsi, D., dan Fawzi, M. G. H. (2022). **Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi**. In *Pascal Books*. Tangerang Selatan. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Julda, F., dan Wiyono, S. N. (2023). **Strategi Pemasaran Kedai Kopi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Serumah Kopi, Cikutra Barat, Kota Bandung)**. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Juli 2023*, 9(2): 1491-1502 *Strategi*, 9(2), 1491–1502.
- Karami, I. R., Sagita, B. H., dan Praptono, B. (2021). **Perancangan Strategi Pemasaran Pada Kedai Kopi Balada Menggunakan SWOT Dengan Metoda Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)**. *e-Proceeding of Engineering : Vol.8, No.5 Oktober 2021 | Page 8383*, 8(5), 8382–8392.
- Kasmir. (2019). **Analisis Laporan Keuangan (12 ed.)**. Rajagrafindo Persada. Depok

- Kotler, P. (2017). **Marketing 4.0**. simultaneously in Canada. Canada.
- Kotler, P. (2022). **Marketing Management**. pearson. London.
- Kotler, P., Armstrong, G., dan Balasubramanian, S. (2024). **Principles of Marketing**. Amerika Serikat.
- Mardatillah, A. (2024). **Buku Ajar Manajemen Strategis Membangun Keunggulan Kompetitif di Era Digital**. UIR Press. Pekanbaru.
- Marimin. (2017). **Sistem Pendukung Pengambilan Keputusan**. IPB Press. Bogor.
- Morissan. (2010). **Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu**. Prenamedia Group. Jakarta.
- Pandiangan, B., Sihombing, B., Turnip, M. M., Matondang, V., Hendra, Perdana, D., dan Sitompul. (2023). **Penyusunan Strategi Pemasaran Kolektif Komunitas Produk Kopi di Kabupaten Samosir dengan Menggunakan Matriks SWOT dan Metode QSPM**. *Media Bina Ilmiah*, 17(12), 1–23. <http://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/531>
- Pradana, H. A., Novita, E., Savendra, M. A., (2025). **Pengembangan strategi pemasaran berkelanjutan pada umkm kopi di kawasan wisata edukasi gombongsari menggunakan analisis SWOT**. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 8(2), 49–63. <https://doi.org/10.30587/jre.v8i2.10759>
- Puspitasari, ratih hesty utami, Eka, A., Nugraha, P., Nurhayati, L., Ulya, W., Indriany, Y., Parhusip, A. A., Akbar, S. S., Firmansyah, H., Muna, N., Kusuma, H. W., dan Herawati, H. (2023). **Manajemen Pemasaran**. Eurika Media Aksara. Purbalingga.
- Puteri, dan Wahyuni, A. E. (2025). **Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT Dan QSPM Pada Coffee Shop (Studi Kasus : UMKM Ruang Kopi, Sidoarjo, Jawa Timur)** Universitas Telkom Surabaya 1,2. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(Kotler 2018), 351–360.
- Putra, A. eka. (2024). **Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Metode SWOT Matriks IE Dan Quantitative Strategic Planning Matrix (Studi Kasus Warung Kopi Kopita)**. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)*, 7(1), 63–74. <https://doi.org/10.57093/metansi.v7i1.252>
- Rangkuti, F. (2016). **ANALISIS SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Saragih, L., Banjarnahor, astri rumondang, Anggraini, N., Sudarso, A., Muliatie, yulia endah, Lie, D., Purnomo, yulianto joko, Purba, B., Sudarmanto, E., Kuswandi, S., dan Prasetio, A. (2022). **Strategi manajemen pemasaran. yayasan kita menulis**.
- Sari, N. P., Santoso, T. I., Yusianto, dan Mawardi, S. (2013). **Mengenal Kopi Arabika Java Ijen-Raung**. Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao

- Indonesia, 13–16. <https://warta.iccri.net/wp-content/uploads/2023/06/3.-Niken-Puspita-Sari-Teguh-Iman-Santoso-Yusianto-dan-Surip-Mawardi-Mengenal-Kopi-Arabika-Java-Ijen-raung-Kopi-Bersertifikat-Inikasi-Geografis-Pertama-di-Jawa-Timur.pdf> (Diakses pada 22 Januari 14.00 WIB)
- Setyaningsih, E. dyah, Ratiyah, dan Hartanti. (2021). **Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi**. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 5(2), 1–12. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Silaban, P. S. M. . (2025). **Optimalisasi Potensi Petani Kopi (Ekonomi Lokal) melalui Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Siponjot**. *aJurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 4(2), 29–35. <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/index>
- Sitio, A., dan Simamora, S. C. (2019). **Strategi Pemasaran UMKM** (Vol. 6, Nomor 0). STKIP Mutiara Banten. Banten.
- Sugiyono. (2016). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D**. Alfabeta. Bandung.
- Sumarsid, (2023). **Manajemen Strategi**. Penerbit Mitra Wacana Media. <http://www.mitrawacanamedia.com>. Bogor
- Suprpto, R. (2020). **Buku Ajar Manajemen Pemasaran**. Myria Publisier. https://books.google.co.id/books?hl=id&danlr=danid=uHbJDwAAQBAJ&danoi=fnd&danpg=PA1&dandq=buku+pemasarandanots=QDQ4tqMXyudansig=Q3SXzLTfjqgA04ByxCIfQ-DZjEdanredir_esc=y#v=onepagedanq=bukupemasarandanf=false. Ponorogo.
- Tjiptono, F. (2020). **Strategi pemasaran edisi 4**. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami, S. (2025). **Inovasi Produk Kopi Pada UMKM Dampaknya Terhadap Daya Saing Kopi Thru**. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(10), 633–640. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i10.7498>
- Wulan, candya ayu, Ariyani, aminah happy moninthofa, Sunyigono, kisroh andrie, dan Subari, S. (2022). **Analisis Strategi Pengembangan UKM Rubath Coffee Jombang Jawa Timur**. *Jurnal of Integrated Agribusiness*, 4(2), 21–36. <https://doi.org/10.33019/jia.v4i2.3164>
- Wulandari, E., dan Murniawaty, I. (2019). **Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Kopi Di Kabupaten Temanggung**. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69>
- Wulandari, N., Budiwati, N., dan Husaini. (2022). **Strategi Pemasaran Kopi Bubuk Di Desa Jati Baru Kecamatan Astambul Kabupaten Banjar (Studi Kasus Kopi Bubuk Hj. Fatimah)**. *jurnal tugas akhir mahasiswa*, 6(4), 166–174.

Yulhendri, Ritonga, M., Sofya, R., dan Susanti, N. (2022). **Pembangunan Pertanian Berbasis Kearifan Lokal Pada Komoditas Kopi (Proses Menghasilkan Biji Kopi Honey , dan Wine) Untuk Branding Produk Kopi Recorvery Economy Pasca Pandemi Covid-19.** 22(3), 568–575. <https://doi.org/10.24036/sb.03240>