

DAFTAR PUSTAKA

- Baharudinsyah, M. V., & Lia Nirawati. (2024). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Kopi Baradjawa pada Kedai Kopi dengan Konsep Budaya Jawa. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 3928–3938. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1289>
- Budi, D., Mushollaeni, W., Yusianto, Y., & Rahmawati, A. (2020). KARAKTERISASI KOPI BUBUK ROBUSTA (*Coffea canephora*) TULUNGREJO TERFERMENTASI DENGAN RAGI *Saccharomyces cerevisiae*. *Jurnal Agroindustri*, 10(2), 129–138. <https://doi.org/10.31186/j.agroindustri.10.2.129-138>
- Dewi, N. L. D. S., & Suryawardani, I. G. A. O. K. A. (2016). 3C33617D79De2Edf1C69E35E3148301F. 5(1).
- Edbert, C., & Habiburahman, H. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Widya*, 4(1), 24–32. <https://doi.org/10.54593/awl.v4i1.161>
- Fauji, R., & Firmansyah, Y. (2023). Analisis Komparatif Kualitas Produk Kopi Gunung Sanggabuana Loji Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 8(2), 87–98.
- Ginting, D. P., & 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>
- Lestari, A., Suci Pratiwi, A., Fauziah, D., Nurmawati, F., Azizah, L. N., & Rahmadhani, V. (2023). “Rene Ngopi” dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1, 742–752. <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Mariana, M., Hapsani, A., Basri, H., Manullang, W., & Harahap, R. T. (2023). Optimalisasi Zat Pengatur Tumbuh (ZPT) Alami dan Bahan Setek Pada Pertumbuhan Vegetatif Setek Kopi Robusta. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 26(1), 68–75. <https://doi.org/10.30596/agrium.v26i1.13730>
- Munarsih, & Kusuma, A. C. (2022). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Kopi Kose Cipete Jakarta Selatan. 05(3).
- Muslimin, Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Umkm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149. <https://doi.org/10.54297/sjeb.vol3.iss2.338>
- Purbohastuti, A. W. (2021). The MARKETING MIX EFFECTIVENESS ON INDOMARET’S CONSUMER PURCHASE DECISION. *Sains Manajemen*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i1.2707>
- Sri Wahyunawati. (2023). Penggunaan Matriks SWOT dan QSPM dalam Menentukan Strategi Pengembangan Kompetensi Karyawan PT. Ketapang Subur Lestari. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(1), 44–59. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1365>
- Susandy, G., Fitri, A., & Melanti, L. (2023). Studi Deskriptif Statistis Manajemen Merek Kopi Arabica Merek Hofland dan Expose Coffee. *Gapura : Garba Pembangunan Masyarakat*, 01(1), 51–68.

