

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM “BARA
COFFEE” DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN KOTA LHOKSEUMAWE**

SKRIPSI

**CUT INTAN SUHANI
NIM. 200450010**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM “BARA COFFEE” DAN
PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KOTA
LHOKSEUMAWE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Bisnis

**CUT INTAN SUHANI
NIM. 200450010**



**universitas
MALIKUSSALEH**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
JULI, 2024**