

DAFTAR PUSTAKA

- Aklimawati, L., Soemarno, D., & Mawardi, S. (2015). Identification and mapping of readiness of micro and small coffee industry cluster development. *Pelita Perkebunan (a Coffee and Cocoa Research Journal)*, 31(3), 208-222.
- _____. (2016). Application of Marketing Mix in Home Industry: Focussed on Micro and Small-Scale Coffee Industries. *Pelita Perkebunan (a Coffee and Cocoa Research Journal)*, 32(1), 67-81.
- Almahdali, A. (2020). *Inovasi Rumah Cokelat: Studi Kasus Hilirisasi Industri Cokelat di Provinsi Sulawesi Tengah*. Malang: Inteligencia Media.
- Ateta, E., Susrusa, K. B., & Arisena, G. M. K. (2021). The Relation Analysis of Marketing Mix and Customer Purchase of Coffee in Malabar Mountain Cafe in Bogor City. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(1), 168-183.
- Azmita, N., Mutiara, V. I., & Hidayat, R. (2019). Analisis Nilai Tambah dan Profitabilitas Usaha Tahu Alami Di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. *JOSETA: Journal of Socio-economics on Tropical Agriculture*, 1(3).
- Bachtiar, L. (2016). The Effect Of Marketing Mix Strategy to Revisit Intention in Gunungkidul Regency Tourism Beach. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(1), 40-49.
- Badan Litbang Pertanian. (2021). *Hilirisasi Inovasi Teknologi Pertanian*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan. (2020). *Statistik Kopi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Luas Areal Tanaman Perkebunan Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman di Kabupaten Pasuruan (ha), 2018 dan 2019*. <https://pasuruankab.bps.go.id/>
- _____. *Produksi Perkebunan Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman di Kabupaten Pasuruan (ton), 2018 dan 2019*. <https://pasuruankab.bps.go.id/>
- Baihaqi, A., Hamid, A. H., Susanti, E., Paga, P. E., Wardhana, M. Y., & Marsudi, E. (2020). Analysis of Value Added Agro Industry Arabica Export Coffee Processing in Aceh Tengah Case Study at Oro Coffee Gayo. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 425(1), p. 012076).
- Basu, S. & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Christine, C., & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada House Of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1).

- Dharmmesta, B. S. & Handoko, T. H. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan. (2020). *Kopi Asli Kabupaten Pasuruan*. disperta.pasuruankab.go.id
- Djaslim, S. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Lindakarya.
- Eliyin, E., Fitri, I., & Karya, I. A. (2022). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Biji Kopi Asalan Menjadi Biji Kopi Grade I di PT Indo Cafco. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perkebunan*, 4(1), 67-76.
- Fadillah, R., Triana, L., & Sari, R. (2020). Analisis Bauran Pemasaran dan Minat Beli Ulang Konsumen Kopi pada Rimbun Espresso & Brew Bar Kota Padang. *JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 2(1).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (5th Ed.)*. Semarang: Seri Pustaka Kunci 12.
- Fitria, S. N., Widayanti, S., & Laily, D. W. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran Produk Olahan Kopi. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 15(2), 171-190.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling*. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. & Latan. (2012). *Partial Least Square : Konsep, Teknik Dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., & Melinda, T. (2021). Analysis of Marketing Mix and Purchasing Decisions (a Study of Kene Kopi Products). *KnE Social Sciences*, 510-518.
- Idsan, R. S., Taib, G., & Hadiguna, R. A. (2020). Analisis Nilai Tambah Kopi Robusta pada Home Industry Putra Adira Cap Mahkota Rajoku di Kabupaten Kepahiang. *Jurnal Agroindustri*, 10(2), 88-98.
- Hariyanto, H., Arief, M. Y., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko F3 Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(9), 1784-1795.
- Hartatie, D., & Kholilullah, A. (2018). Uji Tingkat Kesukaan Konsumen Pada Seduhan Kopi Robusta (*Coffea canephora*) Plus Madu. *Implementasi IPTEK dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Nasional*. Jember, Jawa Timur, Indonesia.

- Hayami, Y., Thosinori, M., & Masdjidin S. (1987). *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java. A Perspective From A Sunda Village*. Bogor: CGPRT Centre.
- Hendayana, R. (2020). *Membangun Sistem Diseminasi di Era Disrupsi: Peluang dan Tantangan Mempercepat Hilirisasi Inovasi Pertanian*. Bogor: Global Media Publikasi.
- Hidayanti, N. S., Aji, J. M. M., & Hapsari, T. D. (2021). Added Value of Robusta Coffee Products of “Dwi Tunggal” Farmer Group in Bromo Mountain Slope. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 672(1), 012024.
- Hoyle, R.H. (1999). *Statistical Strategies For Small Sample Research*. London: SAGE Publications.
- Hubeis, M. (1997). Menuju Industri Kecil Profesional di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri. Orasi Ilmiah Guru Besar Tetap Ilmu Manajemen Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Pertanian Bogor.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabet.
- International Coffee Organization. (2020). *Coffee Development Report*. <https://www.internationalcoffeecouncil.com/cdr2020>
- Jutisa, D. D., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Primagama. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12(2), 214-220.
- Karyani, T., Djuwendah, E., & Supriyadi, E. (2018). Comparison of Value-Added Analysis of Coffee Processing with Different Market Orientations:(Case Study on Cooperative of Producer Coffee Margamulya). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 166(1), 012047).
- Kath, J., Byrareddy, V. M., Mushtaq, S., Craparo, A., & Porcel, M. (2021). Temperature and Rainfall Impacts on Robusta Coffee Bean Characteristics. *Climate Risk Management*, 32, 100281.
- Kembaren, E. T., & Taufiqurrahman. (2021). Analisis Nilai Tambah Proses Pengolahan Kopi Arabika Gayo pada Kabupaten Centra Produksi di Aceh. *AGRIMOR*, 6(2), 65-69.
- Kirana, S., & Karyani, T. (2017). Nilai Tambah Rantai Pasok Kopi pada Koperasi Produsen Kopi Margamulya di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung: Komparasi Antara Petani dan Pengolah Kopi. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 16(2), 165-176.
- Kock, Ned. (2018). *WarpPLS User Manual: Version 6.0*. Texas: ScriptWarp Systems.

- Koojaroenprasit, S. (2018). Services Marketing Mix of Starbucks Coffee in Bangkok, Thailand. *Asian Social Science*, 14(9), 107-107.
- Kotler & Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. (Alih Bahasa: Bob Sabran, M.M). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Gary, A. (2010). *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfiah, R. I., Widayanti, S., & Winarno, S. T. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Minat Beli Konsumen di Okui Kopi 3.0 Surabaya. *JURNAL AGRI-TEK: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Eksakta*, 22(1), 52-55.
- Mahmud, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Martauli, E. D. (2018). Analysis of Coffee Production in Indonesia. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 1(2), 112-120.
- Martono, R. V. (2022). *GLOBAL VALUE CHAIN: Peran Supply Chain dalam Perekonomian*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Maryadi, M., & Adriani, D. (2021). Analisis Nilai Tambah Aneka Olahan Bubuk Kopi Robusta Berbasis Industri Rumah Tangga (Kecamatan Pagaralam Utara, Kota Pagaralam). *Paradigma Agribisnis*, 3(2), 56-70.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191– 200.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Mustpa, M. A., Taupik, M., & Effendi, M. H. (2019). Identification New Derivative Chlorogenic Acid From Coffee Pinogu Gorontalo with LCMS Method Res. *J. Pharm. Biol. Chem. Sci. Identif*, 10, 341-7.
- Najiyati, S. & Danarti. (2004). *Kopi Budidaya dan Penanganan Lepas Panen, Edisi Revisi*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Nasution, W. I., Hasyim, H., & Lubis, S. N. (2020). Analysis of Value Added of Arabica Coffee in Central Aceh Regency (Case of Indi Gayo Coffee Business Unit). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 454(1), p.

012006).

- Nurawan, A., Yiyi, S., & Kiki, K. H. (2022). *Teknologi Perbenihan dan Budidaya Kopi Arabika*. Bogor: IPB Press.
- Prajanti, S. D. W., Pramono, S. E., & Adzmin, F. (2020). Factors Influencing Indonesia Coffee Exports Volume. *International Conference on Research and Academic Community Services (ICRACOS)*, 41-45.
- Prasetyo, B. & Jannah L. M. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rahardjo, Pudji. (2012). *Panduan Budidaya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Ridwansyah. (2003). *Pengolahan Kopi. Departemen Teknologi Pertanian*. Fakultas Pertanian. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Rosita, R. D., Budiarto, B., & Kismantoroedji, T. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Keputusan Pembelian Kopi Luwak Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 21(1), 15-25.
- Sarianti, R., Maliha, D. W., & Wandebori, H. (2019). The Factor Analysis of Marketing Mix for Coffee Franchise (Case Study: Bengras Kopi). *International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019)*, 398-405.
- Sholihin, M. & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Non Linier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sobir, C. S., Mattjik, A. A., Wahyudi, A. T., Meryandini, A., Bintang, M., Suhartono, M. T., ... & Syamsu, K. (2021). *Keterlibatan Biosains dalam Peningkatan Produksi Hasil Pertanian Berkualitas dan Ramah Lingkungan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Sriwana, I. K., Santosa, B., Tripiawan, W., & Maulanisa, N. F. (2022). Analisis Nilai Tambah untuk Meningkatkan Keberlanjutan Rantai Pasok Agroindustri Kopi Menggunakan Hayami. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 9(2), 113-122.
- Sudarmanto, E. (2021). *Teori Ekonomi: Mikro dan Makro*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudiyono, A.. (2004). *Pemasaran Pertanian (Edisi Kedua)*. Malang: UMM Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tania, L. T., Syofian, S., & Markoni, M. (2023). Pengaruh Suasana Toko, Lokasi, dan Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Koya Baby House di Kota Bengkulu. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 493-497.
- Tarigan, R. (2004). *Ekonomi Regional*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- _____ (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)*. Jakarta: Gramedia.
- _____. (2018). *A Strategic Market Management (Edisi 3)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trienekens, J. H. (2011). Agricultural Value Chains in Developing Countries: A Framework to Analysis. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14 (2).
- Tull, D. S. & Lynn, R. K. (2016). *Marketing Management*. Prentice Hall International.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Vechgama, K., Wangraj, P., & Tuisuep, K. (2020). Development of Coffee Value Chain for Value Added in Small Scale of Farmer. *Management Studies*, 8(3), 240-246.
- Wibowo, Y., & Palupi, C. B. (2022). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Biji Kopi Arabika (Studi Kasus: Rumah Kopi Banjarsengon, Jember). *Jurnal Agroteknologi*, 16(01), 37-48.
- Wijayanthi, I. A. T., & Dewi, N. L. K. (2022). Pengaruh Marketing Mix terhadap Minat Beli Konsumen pada Toosi Coffee di Berawa Badung Bali. *Jurnal Economina*, 1(3), 452-465.
- Yusmeidi, U. (2020). Hilirisasi Kakao Melalui Pola Peningkatan Nilai Tambah Produk pada Kelompok Tani Mulyojati Mojokerto. *E-MAGRI*, 8(1), 71-83.
- Zain, F. A., & Nurrochmat, D. R. (2021). Analisis Finansial dan Nilai Tambah Usaha Agroforestri Kopi Pada Program CSR PT Indonesia Power Up Mrica Kabupaten Banjarnegara. *Risalah Kebijakan Pertanian dan Lingkungan*, 8(3), 109-120.
- Zaini, A. (2019). *Pengembangan Sektor Unggulan di Kalimantan Timur*. Yogyakarta: Deepublish.