

DAFTAR PUSTAKA

- Aldrich Novrian, & Rizki, M. F. (2021). Integrated Marketing Communication Kedai Sodare Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Medium*, 9(1), 81–91. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7444](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7444)
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 17, Issue 2, pp. 58–70).
- Az Zahra, A. F., Wahyudin, W., & Nugraha, B. (2021). *The Implementation of the Strategy of Marketing Management through a SWOT Analysis with the Matrix of IFE, EFE and IE*. In *Jurnal Serambi Engineering* (Vol. 6, Issue 2). <https://doi.org/10.32672/jse.v6i2.2867>
- Danang Sunyoto. (2019). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Gunawan, Imam. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. In *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* (Vol. 02, Issue 1998).
- Indah, S., & Fadah, I. (2022). *SWOT Analysis: Marketing Strategy Of Apotek Sawojajar Mas To Increase Sales And Competitiveness* (pp. 30–37). *Journal of Management and Business Innovations* Volume: 04, No: 02, 2022.
- Irayana; Kawasati, Risky. (2022) Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. Ekonomi Syariah.
- Kemenko Perekonomian. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*, 1–2. www.ekon.go.id
- Kha, M. T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kedai Tentang Kita Minum Cokelat Kekinian Kota Sorong. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 880–887.
- Kharisma, D., Hidayah, N., Iqbal, M., & Semarang, U. (2023). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Tas Zamano Di Kebonharjo*. 11(2), 122–130.
- Kotler, P., & G Amstrong. (2008). Principles Of Marketing, 12th Edition, New Jersey: Pearson Education Inc/Prentice Hall.
- Monavia Ayu Rizaty. (2022, September 29). *Konsumsi Kopi Indonesia Terbesar Kelima di Dunia pada 2021*. DataIndonesia.id; dataIndonesia.id.

- <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/konsumsi-kopi-indonesia-terbesar-kelima-di-dunia-pada-2021>
- Monavia Ayu Rizaty. (2023, April 4). *Populasi Indonesia Didominasi Usia Muda pada 2022*. Dataindonesia.id; dataindonesia. <https://dataindonesia.id/varia/detail/populasi-indonesia-didominasi-usia-muda-pada-2022>
- Rachmiarti Kusumah, J. (2020). Usulan Perumusan Strategi Perusahaan Dengan Analisis Swot Untuk Pencapaian Target Penjualan Cat. In *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* (Vol. 1, Issue 5, pp. 475–489). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i5.155>
- Raco, J. R. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya. In *Jakarta: Kompas Gramedia*. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2018). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salasi, S., & Maidiyah, E. (2017). Statistik Dasar. In *Statistik Dasar*. <https://doi.org/10.52574/syiahkualauniversitypress.280>
- Saripudin, D. U. (2023). *Manajemen Pemasaran* (pp. 1–278). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.Pdf. In *Bandung Alf* (pp. 1–330).
- Sulastri, L. (2016). Studi Kelayakan Bisnis Untuk Wirausaha. In LaGood's Publishing.
- Sunyoto, D. (2019). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus. CAPS.
- Wardana, Wikrama. (2018). Strategi pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.
- Yuliana, Y., & Ardansyah, A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Minuman Kedai Kopi Square di Kota Bandar Lampung. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 309–320. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.265>