

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada. Depok.
- Arina I. A. R, B. Prabowo. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Cafe Kopi Kompleks Di Surabaya. *Journal of Management & Business*, 6 (1).
- Alia L. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Coffee Shop De Coffee-pot Di Kota Bogor Jawa barat. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor.
<http://www.repository.ipb.ac.id>
- Hakim, A. A. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Kopi. *eJournal Administrasi Bisnis*, 11 (1).
- Arief, F. A. (2022). Analisis Segmentasi Pasar Produk Kopi Celup di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7 (3).
- Assauri, S.. (2018). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT. Rajagrafindo Persada. Depok.
- _____. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep, dan Strategi*. Cetakan Ketujuh, Raja Grafindo, Jakarta.
- Buchari, A. H. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfa Beta, Bandung.
- Catur, R. dan S. Bondan. (2021). *Pemasaran Barang Dan Jasa, Cetakan Pertama*. Kanisius, Yogyakarta.
- Bei, F. (2022). Strategi Pemasaran Pada Usaha Kopi Kita Dalam Mempertahankan Penjualan Di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Flores*, 12 (2).
- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghodang, H. dan Hantono, (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi Dan Jalur Dengan SPSS*. PT. Penerbit Mitra Group. Medan.
- Hadi, L. (2020). Pendekatan Segmentasi Demografi Dalam Pemasaran Produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7 (1).
- Wijaya, Hari dan H. Sirine. (2020). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kopi Sangrai Di Cilacap. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(3).

- Husein. (2022). *Manajemen Pemasaran Ed. Ke-13 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Pratama, I. P. A, R. K. Dewi, and N. P. Artini. (2021). Mapping The Consumers Coffe Powder Mangsi Coffe Based On Segmenting, Targetting, and Positioning. *Jurnal Sosial Ekonomi dan kebijakan Pertanian*, 5(1).
- Ibrahim, A. M. (2020). *Analisi Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi Arabika*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Harahap, I. (2017). Analisis Segmentasi Pasar Konsumen Kopi Hitam Di Kota Padangsidempuan. *Al-Masharif Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 5 (1).
- Irawan, dan W, Faried. (2018). *Pemasaran : Prinsip dan Kasus*. Edisi Kedua, Yogyakarta : BPFE UGM
- Aslam, I. B., Mubarakah, I S R. (2023). Segmentasi Pasar Konsumen Kopi Di Kafe Kopi Sae Surabaya. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(3).
- Kementrian Pertanian RI. (2017). *Outlook 2017 Komoditas Pertanian Sub Sektor Perkebunan*. Jakarta(ID): Kementan.
- Kotler, P. (2022). *According to Kotler*. Terjemahan Herman Sudrajat. Jakarta : Bhuana Ilmu Populer.
- Kurniawan, A R. (2017). *Total Marketing*. Yogyakarta: KOBIS
- Maulidya A A. Z., Vi R Augusta, A N Hidayah, Z D Irwansyah, Prasetyo, L Dwi, S Moniharapon, S Loindong. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Segmentasi Demografis Dan Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Departement Store MTCManado. *Jurnal EMBA*, 5 (2).
- Katempa, P dan R K Djoh. (2017) Prediksi Tingkat Produksi Kopi Menggunakan Regresi Linear. *Jurnal Ilmiah Flash*, 3(1);42-51.
- Richard, T S G, M Margery. (2018). Pengaruh Analisis SWOT Dan Segmentasi Pasar Terhadap Pencapaian Target Penjualan Di PT. Seltech Utama Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 4 (2).
- Riyanto, S dan A A Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Prastiwi, S. E., P P Putra, V T Arima, H Arveian. (2018). Analisa Segmenting, Targetting, Positioning, Dan SWOT Sebagai Strategi Pemasaran Kopi Karlos (Studi Pada Produsen Kopi Karlos Desa Donowarih Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang). *Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Jawa Timur*, 12(1).

- Sari, W. (2022). *Qualitative Research Method: Theory And Practice*. Jakarta: Salemba Empat
- Sudartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1).
- Suharsimi, A. (1998). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Taylor. (2018). Analisis Pengaruh Memosisikan Produk dan Segmentasi Pasar terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Psikologi Undip (Online)*, 7(2).
- Utami, N. c. (2023). Preferensi Dan Kepuasan Konsumen Minuman Kopi. *digilib unila* .
- Vienna A. S. (2016). Analisa Pengaruh Minat Konsumen Berkunjung Terhadap Keputusan Membeli di Cafe Strawberry. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 21 (3).