

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Annur C.M (9 Maret 2022). *Produksi Kopi Indonesia Naik Jadi 774,60 Ribu Ton pada 2021*. From <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021>
- Badan POM RI (UU Nomor 18 Tahun 2012). *Ketentuan Perizinan Pangan Olahan yang disimpan Beku*. Bekraf. (2020)
- Dewanti, Retno.2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dinas Pariwisata & Kebudayaan (2022, Juli). *Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Diakses dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Lie Joko Budiman. (2004). *Brand Equity Ten: Ekarina* (9 November 2020). *Tren Bisnis Kedai Kopi 2021: Harga Makin Terjangkau, Kualitas Bersaing*. From <https://katadata.co.id/ekarina/berita/5fa93cddb3869/tren-bisnis-kedai-kopi-2021-harga-makin-terjangkau-kualitas-bersaing>
- Husen, M. (2021, Agustus 25). *UMKM Adalah: Ciri, Peran, dan Faktor Perkembangannya*. From <https://katadata.co.id/sortatobing/finansial/6125bb463f83b/umkm-adalah-ciri-peran-dan-faktor-perkembangannya>.
- Kementerian Parawisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Indikasi Geografis Kopi Indonesia*. From <https://pemasaranekraf.kemenparekraf.go.id/indikasi-geografis-kopi-indonesia/#:~:text=Berdasarkan%20Pusat%20Data%20dan%20Sistem,8%2C22%25%20per%20tahun>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2020). *Sektor Industri Masih Jadi Andalan PDB Nasional*. From

<https://kemenperin.go.id/artikel/21922/Sektor-Industri-Masih-Jadi-Andalan-PDB-Nasional>

- Komisi Pengawas Pesaingan Usaha(UU No 20 Tahun 2008). Pengawasan dan Penanganan Perkara Kemitraan
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L (2016). *Marketing Management*. In Marketing Management (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kothler,Philip, Amstrong. 2017. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Matahurila G.B.R., Chumaidiyah E., & Aryani S. (2021). Perancangan Usulan Model Bisnis Pada Distro Richmonkey Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *eProceedings of Engineering, Vol 8 No 5*.
- Pearce, John A. dan Robinson, Richard B. 2013. Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat
- Purwati, AA, Siahan, JJ, & Hamzah Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). Business Model Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A. (2014). Value Proposition Design Hoboken: John Wiley & Sons, Inc
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- Ratu. (2021, Desember 29). Tren Konsums Kopi Nasional. From <https://www.theconomics.com/infographic/38699/>
- Redaksi, Antero. (2021). Apa itu kopi. From <https://anterokini.com/2021/06/22/apa-itu-kopi/#:~:text=Kopi%20adalah%20salah%20satu%20tanaman,yang%20saling%20bertautan%20saling%20berpasangan.>
- Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity, Vol 2 No 1*.

- Slamah Lilik (2017). Analisa Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT): Peluang dan tantangan Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) dalam mewujudkan integrasi Asia Tenggara Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik, Vol. 30, No. 3, Hal. 300-309
- Strategi memimpin Pasar. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sucinintyas Wulan. (2012). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Media Communication Terhadap Keputusan Pembelian.
- Syahputri L.N., Hasun F., & Prambudia Y. (2022). Perancangan Model Bisnis Aplikasi RNDPOSTUDENT Dengan Metode Lean Canvas. *eProceedings of Engineering*.