

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Suseno, Y., Susomrith, P., & Rashid, Z. (2017). Entrepreneurial Competencies and Firm Performance in Emerging Economies : A Study of Woman Entrepreneurs in Malaysia. *Knowledge. Learning and Innovation*, 1-26.
- Arani, N. Z. (2022, Januari 23). *Awalnya Terdampak Pandemi, Kedai Kopi ini Kini Bisa Buka 3 Cabang Baru*. Retrieved from detikfood: <https://food.detik.com/berita-boga/d-5910617/awalnya-terdampak-pandemi-kedai-kopi-ini-kini-bisa-buka-3-cabang-baru>
- Arniti, N. K. (2019). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Kreativitas dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Kerajinan Batu Padas Banjar Silakarang, Gianyar. *Jurnal Universitas Pendidikan Nasional Denpasar Vol.13 No.11*.
- Aswandy, E., & Mariyati, T. (2022). Analisa Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Kewirausahaan dan Kinerja UMKM. *Jurnal STEI Ekonomi Vol 31 No. 1*, 76-89.
- Asyifa, Z. (2019). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Mikro di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep). *Diploma Thesis*.
- Aulia, M. R. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kedai Kopi Skala Mikro dan Kecil Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. *Jurnal Agriust Vol.1 No.1*, 38-44.
- Bappeda. (2021). *master data*. Retrieved from bappeda.jogjaprovo.go.id: http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/701-penduduk
- Brinita, B. I. (2019). *Analisis Hubungan Persepsi Pengetahuan Tentang Pengungkapan Aset Sukarela Tarif Pajak Final dengan Kesadaran Wajib Pajak Badan Dalam Melaporkan Harta*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Burhanuddin, C. I., & Abdi, M. N. (2020). Krisis Ekonomi Global dari Dampak Penyebaran Virus Korona (Covid-19). *AKMEN Jurnal Ilmiah 17(1)*.
- Cahyono, A. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik 9(1)*, 140-157.
- Collegacoffeehouse.com. (2021, 04 20). *Coffee House vs Coffee Shop*. Retrieved from Collegacoffeehouse.com: <https://collegacoffeehouse.com/2021/04/20/coffee-house-vs-coffee-shop/>
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- DPAD. (2018, Maret 01). *Sejarah Singkat Daerah Istimewa Yogyakarta*. Retrieved from Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Istimewa Yogyakarta: <http://dpad.jogjaprovo.go.id/article/news/vieww/sejarah-singkat-daerah-istimewa-yogyakarta-1482>
- Emmanuel, B., Zhao, S., Egala, S. B., Mammet, Y., & Godson, K. (2022). Social Media and Its Connection to Business Performance-A Literature Review. *American Journal of Industrial and Business Management Vol.12 No.5*, 877-893.
- Fauzi, V. P., & Lubis, E. E. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Kesadaran Merek di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Vol. 3 No. 1*, 1-15.
- Fitria, S., & Ariva, V. F. (2018). Analisis Faktor Kondisi Ekonomi, Tingkat Pendidikan dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Bagi Pengusaha Pindang di Desa Cukanggenteng. *Jurnal Manajemen Indonesia 18(3)* , 197-208.
- Fitrianingsih, V. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Usaha pada UKM Topi Desa Rahayu Bandung. *Jurnal Universitas Komputer Indonesia*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gustomo, A., Ghina, A., Anggadwita, G., & Herlina, S. (2019). Exploring Entrepreneurial Competencies in Identifying Ideas and Opportunities, Managing Resources, and Taking Action: Evidence From Small Catering Business Owners in Bandung, Indonesia. *Journal of Foodservice Business Research* , 1-20.
- Hardi, A. T. (2021, Februari 17). *Kedai Kopi di Yogyakarta Beradaptasi Pada Masa PPKM*. Retrieved from Media Indonesia: https://m.mediaindonesia.com/infografis/detail_infografis/385213-kedai-kopi-di-yogyakarta-beradaptasi-pada-masa-ppkm
- Hatammimi, J., & Sharif, O. O. (2015). The Relation of Social Media Understanding to Way of Starting Business. *Advanced Science Letters 21*, 1398-1402.
- Heng, L. (2022). Dampak Orientasi Kewirausahaan dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada UMKM Sub Sektor Kreatif di Kota Pontianak). *MABIS Vol 13 No. 1*, 1-14.
- Hisrich, P. (2000). *Entrepreneurship, fourth edition*. New York: Mc Graw Hill inc.

- Huseini, M. (2021). *Teori Strategi Daya Saing*. Retrieved from bakti.id: <https://bakti.id/teori-strategi-daya-saing/>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Aditama.
- International Coffee Organization. (2022). *Coffee Market Report December 2022*. London: International Coffee Organization.
- Kevin, & Puspitowati, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 2 No. 3*, 612-620.
- Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Vol 2 No 1*, 65-78.
- Malisan, M. G. (2021). Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru di Kalangan Kaum Muda di Coffee Shop Aksara Kopi dan Buku Samarinda. *eJournal Sosatri-Sosiologi 9(2)*, 122-136.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik 19(3)*, 187-196.
- Novianto, Suprianto, Y., Singgih, R., Jonathan, Gunadi, A., & Wibisono, Y. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Social Engagement Pada Kedai Bintoro Kopi. *GIAT Vol 1 No 2*, 1-12.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Paloma, C., Putri, A., Yusmarni, & Hasnah. (2022). The Effect of Entrepreneurial Competency On Business Performance of Small Scale Coffee Shop in Padang City: Application of Structural Equation Modeling-Partial Least Square. *Jurnal Agrisep Vol.21 No. 2*, 283-296.
- Pasaribu, R., & Damanik, H. (2017). Manajemen Pengetahuan, Kompetensi Kewirausahaan dan Pengembangan Usaha (Studi Pada Usaha Menengah Kecil Mikro Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Simantek Vol. 1 No. 4*, 1-12.
- Prasetio, A., Rahman, D., Sary, F., Pasaribu, R., & Sutjipto, M. (2022). The Role of Instagram Social Media Marketing Activities and Brand Equity

- Towards Airline Customer Response. *International Journal of Data and Network Science* 6, 1195-1200.
- Prayogo, D., & Sukim. (2021). Determinan Daya Beli Masyarakat Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Tahun 2020. *Seminar Nasional Official Statistics 2021*, 631-640.
- Puspitadewi, I. A., & Siswadi, G. A. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Membentuk Citra Diri Remaja Pada Santy Sastra Public Speaking. *Moderation and Communication Culture* 2(1), 213-224.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common* 3(1), 71-80.
- Putra, G. R. (2017). Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Coffee Community Center di Sleman. *e-journal UAJY*, 1-12.
- Riyandi, V. (2022, September 12). *Semberbak Harumnya Bisnis Kopi di Indonesia*. Retrieved from Landx.com: <https://landx.id/blog/infografik-semerk-harumnya-bisnis-kopi-indonesia/>
- Samodra, A. (2021). The Effect of Entrepreneurial Competency And Social Media Marketing On Competitive Advantage in Coffee Shop In Bandung City. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* Vol.12 No.11, 1426-1432.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septy, H. W., & Canggi, C. (2022). Celebrity Endorsment Sebagai Strategi Digital Marketing Pada Aqiqah Nurul Hayat Surabaya Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 30-44.
- Shandra, E., Sudarwanto, T., & Marlina, N. (2018). Peran Lingkungan Industri, Perilaku Kewirausahaan dan Kemampuan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Logam Skala Mikro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia JRMSI* Vol. 9 No.1.
- Siemi, G. A. (2020, Maret 09). *Pertumbuhan Coffee Shop di Yogyakarta*. Retrieved from storymaps.arcgis.com: <https://storymaps.arcgis.com/stories/011090f9817744009500c46f618f4e74>
- Silaen, R. F., Pasaribu, R., & Sutjipto, M. (2022). Formulasi Strategi Menggunakan Tows Matriks Tows dan Qspm Pada Kaka Coffee. *e-Proceeding of Management* Vol. 9 No. 2, 235-277.
- Soefwhan, & Kurniawati. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Product Quality, dan Store Atmosphere Terhadap Purchase Intention dengan Brand

- Image Sebagai Variabel Mediasi Pada Coffee Shop di Aceh. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* Vol. 4 No. 10, 4484-4497.
- Sugandi, F., & Suhaeni, T. (2019). Peran Kompetensi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Pada Industri Kreatif Subsektor Kerajinan di Kota Bandung. *IRWNS* Vol. 10 No.1 , 1374-1386.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tovan, Mutamainah, & Almahdali, F. (2022). Efek Human Capital Terhadap Kinerja Bisnis: Studi Pada UMKM Kota Palu. *Jurnal Sinar Manajemen* 9(3), 482-488.
- Ulya, H. (2020). Alternatif Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah Jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan. *Jurnal of Islamic Economic and Business* Vol. 3 No. 1 , 80-109.
- Utami, E., & Mulyaningsih, H. (2017). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada UMKM dalam Program Puspa 2016 yang Diselenggarakan Oleh Bank Indonesia). *eProceedings of Management*, 642-651.
- Wibowo, S. E., & Situmorang, L. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Rumah Zakat. *Dedikasi* Vol. 22 No. 2, 73-83.
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian: Populer dan Praktis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Al Tijarah* Vol. 2 No. 2, 230-257.
- Windy, N., Burhanuddin, & Jahroh, S. (2022). The Effect of Entrepreneurial Competency on The Performance of Culinary SMES in Banjarbaru, South Kalimantan. *Matrik* Vol 16 No. 2 , 281-292.
- Zulfikar, R. (2018). Marketing Performance Influenced by Market Orientation Through Value Creation. *Proceeding of the International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)*.