

Daftar Pustaka

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Adiningrum, L., Yunanda, F. H., Angelita, T., Mulyaningsih, S. A., & Puspa, T. (2022). Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 391-404.
- Anwar, I. (2014). Indonesia Coffee Market. *Journal Association of Indonesian Coffee Exporters and Industries*, 1-37.
- Apriyanto, I. M. (2014). Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Rumah Busana Faiza Bordir di Kecamatan Bangil Kota Pasuruan. 1-10.
- Azizi, A., & Setyowisnu, G. E. (2021). Peramalan Ketersediaan Jumlah Produksi Komoditas Kopi Nasional Terhadap Permintaan Ekspor Tahun 2019-2023 Metode Forecast Sheet pada Software Microsoft Excel. *Prosiding Seminar Pendidikan Matematika dan Matematika*, 3, 1-4. doi:<https://doi.org/10.21831/pspmm.v3i0.124>
- Baskara, P. R., Praptono, B., & Sagita, B. H. (2023). Perancangan Bauran Pemasaran Usaha Balief Coffee Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *e-proceeding of Engineering*, 10(3), 2400-2407.
- Brorewongtrakhul, S., & Kunthotong, T. (2021). Guidelines For Marketing Mix Strategies Development of Coffee Shop Entrepreneurs and Factors Marketing Mix Affecting the Consumer's Making to Choose Coffee shop. *Psychology and Education Journal*, 58(4), 1976-1979. Retrieved from <http://psychologyandeducation.net/pae/index.php/pae/article/view/4961>
- Damariyanti, K. L., Hartiati, A., & Yoga, I. W. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi "Kandera Coffee" Denpasar Bali Menggunakan Metode Swot dan QSPM. *Jurnal ReKayasa dan Manajemen Agroindustri*, 9(2), 228-237.
- David, F. R., & David, R. F. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concepts* (16 ed.). New York: Pearson Education.
- Effendy, L. A., Lopian, S. J., & Soepeno, D. (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Nomad Coffee Shop. *10(2)*, 135-143.
- Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Fitriyani, I., Sudiyarti, N., & Fietroh, M. N. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi COVID-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and*

- Humanities*, 1(2), 87-95. Retrieved from <https://journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/106>
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 13(2), 153-172. doi:<https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785>
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Bahasa, Peradaban, dan Informasi Islam*, 13(1), 188-204. Retrieved from <https://ejournal.uin-suka.ac.id/adab/thaqafiyat/article/view/43>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2011). *Manajemen Strategi (Daya Saing dan Globalisasi)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hoekstra, J., & Leeflang, P. (2020). Marketing in the Era of COVID-19. *Italian Journal of Marketing*, 249-260. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s43039-020-00016-3>
- Karami, I. R., Sagita, B. H., & Praptono, B. (2021). Perancangan Strategi Pemasaran Pada Kedai Kopi Balada Menggunakan SWOT Dengan Metoda Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *e-Proceeding of Engineering*, 8(5), 8382-8392.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (Vol. 15E)*. Pearson.
- Kristinae, V., Wardana, I. M., Giantari, I. G., & Rahyuda, A. G. (2020). The Role of Powerful Business Strategy on Value Innovation Capabilities to Improve Marketing Performance During the COVID-19 Pandemic. *Growing Science*, 8(4), 675-684. Retrieved from <http://growingscience.com/beta/uscm/4257-the-role-of-powerful-business-strategy-on-value-innovation-capabilities-to-improve-marketing-performance-during-the-covid-19-pandemic.html>
- Kumparan.Com. (2022, September 3). *Pandangan Jogja*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBALgDYG>
- Kurniawan, D. (2019, Desember 18). *Kedai Kopi di Indonesia Hampir Mencapai 3.000 Gerai*. Retrieved from voi.id: <https://voi.id/berita/925/kedai-kopi-di-indonesia-hampir-mencapai-3-000-gerai>
- Kusmiati, A., & Windiarti, R. (2011). Analisis Wilayah Komoditas Kopi di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(2), 47-58. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/view/373>

- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Latifa, N. H., & Rochdiani, D. (2020). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Pada Usaha Kedai Kopi Kadaka Cafeteria Menggunakan QSPM. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 33-42.
- Lestari, A., Pratiwi, A. S., Fauziah, D., Nurmawati, F., Azizah, L. N., & Rahmadhani, V. (2023). Strategi Pemasaran untuk Peningkatan Penjualan Kopi pada "Rene Ngopi" dengan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(2), 742-752.
- Loekito, M., Irawan, C., Nugroho, A., & Kartika, E. W. (2014). Analisa Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian di Folks! Coffee Shop and Housesurabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 2(1), 86-100.
- Mahmudi, A., & Noer, B. A. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P di Era New Normal terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop di Malang (Studi Kasus: Kopi Ortu). *JURNAL SAINS DAN SENI ITS*, 11(5), 141-146.
- Masatip, A., Maemunah, I., Rosari, D., & Anggreani, C. (2020). Marketing Strategy analysis of the Inna Parapat Hotel in a Covid-19 Pandemic Situation. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), 150-159. doi:<https://doi.org/10.36983/japm.v8i2.85>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nazarudin. (2018). *Manajemen Strategik*. Retrieved from <http://repository.radenfatah.ac.id/7078/1/Buku%20manajemen%20strategik-digabungkan.pdf>
- Ningsih, K., & Hamamah. (2014). Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) Buah Naga Organik (*Hylocereus Undatus*). 5(1), 12-21.
- Novitasari, H., & Samanhudi, D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT dan QSPM Integrasi Analytic Hierarchy Process di Coffee Shop Moja Kitchen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 9(1), 1-10.
- Nurviyan, A., & Syahputra. (2019). Produk Roast Bean Coffee di Kota Bandung: Formulasi Strategi Bersaing. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis*, 3(1), 12-22.

- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press.
- Perkebunan, S. D. (2022). *Statistik Kopi Indonesia 2021*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2022/11/30/bb965eef3b3c7bbb8e70e9de/statistik-kopi-indonesia-2021.html>
- Ramadhan, H., Widati, E., & Muslim, I. F. (2021). Evaluasi Strategi Pemasaran Pada Masa Pandemi COVID19 (Studi Kasus: Like No Other Cafe Depok). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(1), 39-56. doi:<https://doi.org/10.36490/value.v2i1.182>
- Rangkuti, F. (1999). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis - Reorientasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, M., & Hanafiah, H. (n.d.). Analisis Strategi Pemasaran Kedai Kopi Om Bewok. *1*(3).
- Sabita, D., Djanggu, N. H., & Budiman, R. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis pada Usaha Coffee Shop Dengan Metode QSPM (Studi Kasus: Coffee Shop 'Rasio Coffee'. *Jurusan Teknik Industri*, 5(1), 211-218.
- Safitri, A. N., Arbainah, S., & Hasanudin, M. (2023). Perumusan Strategi Usaha Dengan Menggunakan IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. *Jurnal EKOBIS: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 13(1), 25-38.
- Sari, R., & Halim, C. (2022). Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing pada Coffee Shop di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr. Coffee). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (MINISTAL)*, 1(3), 231-248. doi:<https://10.55927/ministal.v1i3.1139>
- School, E. B. (2020). *Managing a Post-COVID19 ESCP Impact Papers*. Retrieved from <https://escp.eu/faculty-research/erim/Impact-Papers/managing-a-post-Covid-era>
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Setiawan, D., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2022). Strategi Pemasaran Pada Cafe Van Ommen Coffee Shop Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1740-1748.
- Sofia, E., & Wicaksono, A. (2020). Mengembangkan Strategi Pemasaran Yang Sukses Untuk Click Cafe. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 1-11.
- Sudiartini, N. W., Astari, A. A., Kardini, N. L., & Dhani, Y. R. (2020). The Feasibility Study of Coffee House Business Opportunity in COVID-19

- Pandemic: A Case Study at Kulo Coffee Shop Pemogan. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 7(5), 38-45. Retrieved from <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n5.966>
- Suhendah, R., Tjen, M., & Saputra, D. (2022). Pelatihan Pengembangan Usaha Kedai KopiKipli Dengan Matriks QSPM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(3), 543-552.
- Sunia, I. W., Suryanata, I. G., Suidarma, I. M., Marsudiana, I. D., Wilis, M. A., & Taun, I. N. (2022). Analisis Pengembangan Coffee Shop Dengan Pendekatan PEST Pasca Pandemi COVID-19 di Kota Denpasar. *Majalah Ilmiah Widyacakra*, 5(2), 11-20.
- Yasin, M. (2020). *Strategic Management (Manajemen Stratejik)*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Yulianti, F., Yuni, S., & Permata, I. D. (2021). Analisis SWOT Untuk Evaluasi Strategi Pada Coffee Shop: Kopika House. *Research In Accounting Journal*, 1(3), 324-330.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: ANDI.