

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatma, D., Damayanti, S., & Amalia, K. (2022). Strategi Bersaing menggunakan Blue Ocean Strategy pada PT. Aa Mapan Perkasa. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 21(03), 142–156.
- Aditama, R. A. (2023). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Alfarizi, M., Danial, R. D. M., & Nurmala, R. (2024). Analisis blue ocean strategy dalam memenangkan persaingan bisnis Locus Abdn Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(22), 853–863.
- Anggreani, T. F. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi SWOT: Strategi pengembangan SDM, strategi bisnis, dan strategi MSDM. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*.
- Annisa, N., Hartono, B. D., & Syarun, M. (2020). Analisis strategi pemasaran dan diferensiasi produk melalui Instagram dalam menciptakan loyalitas konsumen di Kedai Kopi Darling Habit. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Publik*, 1(1), 20–31.
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Atikah, N., Novandriani, N., & Moeliono, K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT DAN QSPM (Studi Kasus: Restoran Ramen Aboy). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 88, 88–99.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. (2020). *Statistik Daerah Provinsi Banten 2020*. BPS Provinsi Banten. <https://banten.bps.go.id/id/publication/2020/09/28/8d6e4b44ed98aa1fcd517c0a/statistik-daerah-provinsi-banten-2020.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. (2025). Perkembangan Indeks Harga Konsumen Bulan Agustus 2025 Provinsi Banten. Berita Resmi Statistik. <https://banten.bps.go.id/id/pressrelease/2025/09/01/887/perkembangan-indeks-harga-konsumen-bulan-agustus-2025-provinsi-banten.html>
- Balqis, H. O., Pratama, R. G., Khusna, K., & Noviyanti, I. (2025). Pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap loyalitas konsumen pada kedai kopi Kinikawa di Pangkal Pinang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 297–316
- David, F., & David, F. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (15th ed.). Salemba Empat.
- Dermawan, F. F. (2022). Rancangan Strategi Kupa Ngupi dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 22–34. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

- Fadjri, S., Daihani, D. U., & Kisowo, I. (2021). Rancangan strategi Kupa Ngupi dengan pendekatan Blue Ocean Strategy. *Jurnal Teknik Industri*, 11(3), 186–197.
- Ghozali, I. (2002). Statistik Non Parametrik Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrawati, L., & Santoso, T. (2023). Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kopi Lokal di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Indonesia*, 9(1), 55–67.
- Kardana, M. T., & Lahindah, L. (2021). Penerapan Strategy Blue Ocean pada Kopi Biru untuk Meraih Value Innovation. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(1), 19–34.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2017). *Blue Ocean Shift: Beyond Competing – Proven Steps to Inspire Confidence and Seize New Growth*. Hachette Books.
- Kim, W. Chan, and Renee Mauborgne. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. PT Indeks.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh digital marketing berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian kuliner di kawasan G-Walk Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(1), 1097–1103.
- Mulyatiningsih, E. (2015). *Metode penelitian terapan bidang pendidikan*. Uny Press.
- Nazir, M. (1988). Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pramudito, R. (2023). Implementasi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Daya Saing Coffee Shop Lokal di Yogyakarta. *Jurnal Pemasaran Nusantara*, 10(1), 22–35.
- Putri, N. A., & Pratiwi, A. (2024). Komunikasi pemasaran digital melalui akun Instagram UMKM coffee shop. *Journal of Communication Principles and Applications*, 1(1).
- Ramdhan, M. (2021). Metode penelitian. Cipta Media Nusantara.
- Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2024). Pengaruh penggunaan media sosial dan pemasaran digital terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 21(1).
- Sari, W. M. I., Suharno, & Etriya. (2025). Strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing bisnis kedai kopi: Studi kasus Kopicentrum di Dramaga Bogor. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum)*, 15(2), 291–298.

- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 750.
- Siagian, S. P. (2012). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumargo, B. (2020). *Teknik sampling*. Unj press.
- Sutadji. (2024). *Manajemen Strategis dalam Era Digital*. Jakarta: Penerbit Akademika.
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi inovasi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan organisasi di era digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(3), 306–314.
- Tsolme, N. B., Krisnamurthi, B., & Suharno. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Koperasi Kopi Amungme Gold. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 12(1), 77–91. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Umar, H., & Sunarsi, D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Univ. Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Wachdijono, W. (2022). Loyalitas konsumen coffee shop di Kota Kuningan Provinsi Jawa Barat. *Agropross: National Conference Proceedings of Agriculture*, 552–562.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy: Toward global sustainability* (13th ed.). Pearson Education.
- Zauharudin, A. G., & Rahmi, K. (2026). Penerapan manajemen strategik dalam pengembangan usaha pada UMKM coffee shop. *Journal of Organizational Performance and Analysis*, 2(2), 370–380.
- Zuhida, N. F., Fatmawatie, N., Permatasari, V. S., & Mustafidah, W. (2024). Pengaruh product dan price bundling terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Belikopi Kota Kediri). *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 4(2), 229–243.