DAFTAR PUSTAKA

Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi pemasaran digital produk minuman kopi di masa pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism, 1(1), 37-46.*

Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta (BPS DIY). (2024). *Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta 2024*. Yogyakarta: BPS Provinsi DIY.

David, F. R., & David, F. R. (2020). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (17th ed.). Pearson Education.

Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. (2024). *Laporan Kinerja Sektor Pariwisata DIY Tahun 2024*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY.

Hidayat, A., & Lestari, D. (2021). Analisis strategi pemasaran berbasis kearifan lokal pada industri kreatif. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 145-156.

Hungler, D. C., & Wheelen, T. L. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability* (15th ed.). New York: Pearson Education.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business School Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Kusumanto, I. (2019). Analisis Bisnis Ritel Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy Dalam Menciptakan Inovasi Nilai Di 212 Mart Pekanbaru. *Spektrum Industri, 17(2), 157.*

Nugraha, R., & Lestari, W. (2022). Strategi pengembangan bisnis coffee shop di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 12(3), 210-222.

Nurazizah, F. (2021). *Pengaruh bauran pemasarant erhadap keputusan pembelian ulang minuman kopi dikedai katulis coffee, Bekasi barat*.(Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif HIdayatullah Jakarta).

Purnama, A., & Anam, F. (2025). Analisis penerapan strategi pemasaran pada usaha kopi lokal berbasis komunitas di Yogyakarta. *Jurnal Inovasi Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 34-45.

Puspitaningrum, D., Santoso, H., & Wijaya, A. (2021). Implementasi Blue Ocean Strategy dalam meningkatkan daya saing UMKM sektor kuliner. *Jurnal Manajemen Strategi dan Bisnis*, 4(2), 101-113.

Putri, A., & Santoso, M. (2021). Pengaruh inovasi produk dan digital marketing terhadap keputusan pembelian di coffee shop. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 10(4), 255-267.

Sari, L., & Pratama, I. (2022). Analisis strategi diferensiasi pada bisnis kopi lokal

dengan pendekatan bauran pemasaran 7P. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 8(3), 190-202.

Sihombing, E. H., Harianto, A., Razaq, M. R., & Hou, A. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan Coffe Shop di Kota Medan. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, *4*(2), 571-577.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wahyudi, W. W., & Ahadiat, A. A. (2022). Strategi pemasaran UMKM kopi di masa pandemi. *Jurnal Syntax Idea*.

Widati, E., Sefudin, A., & Alianny, A. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Kedai Kopi di Wilayah Jakarta, Depok, dan Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic), 11(2), 15-28*.

Widodo, I. D. (2020). *Analisis Strategi Pengembangan terhadap Peningkatan Penjualan Menggunakan Pedekatan Blue Ocean Strategy pada UKM Kobessah Kopi*. Universitas Islam Indonesia.

Zahra, M., & Effendi, R. (2025). Strategi inovasi dan keunggulan bersaing pada industri kopi kekinian di Indonesia. *Jurnal Manajemen Inovatif dan Kewirausahaan*, 13(1), 22-35.