

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. 2020. Manajemen Strategis. Makassar: Penerbit Nas Media Pustaka.
- Anggraini, M. D., Muhtarom, A., & Safaatillah, N. (2019). Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Ud. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 963. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.253>
- As Sidiq, R. A., & Jatmiko, S. (2022). Analisis Strategi Manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia dengan Pendekatan SWOT dan PEST. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(2), 191–202. <https://doi.org/10.17509/jimb.v13i2.45934>
- Atikah, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus: Restoran Ramen Aboy). *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 6(1), 88–99. <https://doi.org/10.33005/mebis.v6i1.208>
- Brilliantina, A., Rahayu, A. P., Sasmita, I. R. A., Kusumasari, F. C., & Fadhila, P. T. (2023). Uji Sensori Kopi Robusta berdasarkan Variasi Suhu dan Lama Penyangraian (Studi Kasus Perusahaan Umum Daerah Perkebunan Kahyangan Kebun Sumber Wadung). *Callus: Journal of Agrotechnology Science*, 1(2), 38–44. <https://doi.org/10.47134/callus.v1i2.2026>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKN*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Daengs, A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). Peran Timelimes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 1–7. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i1.71>
- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68–75. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2408>
- Fauzani, M., Akramiah, N., & Sutikno, B. (2018). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produkpt. Karunia Sentosa Plastik. *Jurnal EMA*, 3(2), 104–117. <https://doi.org/10.47335/ema.v3i2.31>
- Fauzy, A. (2019). Metode Sampling. In *Universitas Terbuka* (Vol. 9, Issue 1). <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com>
- Hani. (2023). STRATEGI PEMASARAN KOPI BUBUK GHALKOFF (Studi Kasus di PT Ghaly Rolies Indonesia , Bandar Lampung) GHALKOFF POWDER COFFEE MARKETING STRATEGY (Case Study in PT Ghaly Ghalkoff (Studi Kasus di PT Ghaly Rolies Waktu dan Tempat. *Agroindustri*

Berkelanjutan, 2(1), 196–205.

- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hasbullah, H., Haekal, J., Prayogi, P. R., & Prasetyo, D. E. A. (2021). Business Development Strategy Using SWOT Analysis Method in Culinary Industry. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(3), 53–61.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Indriarti, R., & Rachmawati, N. (2021). *PENERAPAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) UNTUK MERUMUSKAN STRATEGI BISNIS*. 20(1), 159–170.
- IQBAL, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7(2), 83–93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>
- Ira Ningrum Resmawa. (2020). Preferensi konsumen. In *Cerdasco*. (Issue June).
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.
- Luh, N. I., Desi, A. D. E., Dewi, S., & Suryawardani, I. G. A. O. K. A. (2016). *3C33617D79De2Edf1C69E35E3148301F*. 5(1).
- Maharani, S., & Nazmah, N. (2023). Efektifitas Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan pada UMKM Kel. Siti Rejo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(3), 357. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i3.30742>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Muzayyin, A., Fatiyah, F., Muharromah, F., & Jannah, S. (2024). Strategi Pengembangan Produksi Kopi Robusta di Perumda Perkebunan Kahyangan Jember. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat (JIPM)*, 02(01), 368–373.
- Novitasari, U. D., & Ismail, A. M. (2021). Strategi Pemasaran Kopi Luwak pada UMKM Zhibond Coffee di Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(1), 42–51. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.8>

- Nurrahman, A., & Sulma, A. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Kuliner Di Kelurahan Kadidi Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 1(2), 99–115. <https://doi.org/10.36490/jpmtnd.v1i2.343>
- Pujiantoro, N., & Mohammad Rofiuddin, M. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Bringin Kecamatan Montong Kabupaten Tuban. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2), 168–175. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i2.12754>
- Puspita, R. I., Desfaryani, R., Fitriani, F., & Handayani, S. (2023). STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN KOPI (Studi Kasus Pada CV. AKL Coffee Kabupaten Lampung Barat). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 10(3), 2109. <https://doi.org/10.25157/jimag.v10i3.11588>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri, M. K., Rahman, J. S. F. M., Nursyifa, F. A., Alfarisi, S., Putro, T. G. S., & Agustin, R. (2019). Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(2), 156–161. <https://doi.org/10.30651/blc.v16i2.3133>
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffé Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309>
- Riyantika, M., Hasyim, A. I., & Murniati, K. (2021). Bauran Pemasaran Dan Strategi Pengembangan Produk Olahan Kopi Robusta Di Koperasi Tirto Kencono Air Naningan Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 9(4), 638. <https://doi.org/10.23960/jiia.v9i4.5401>
- Sanjaya, A., Lisvia, L., Nursandy, F. L., & Nurlita, Y. S. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 3(2), 167. <https://doi.org/10.30872/plakat.v3i2.6741>
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produ, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap kepu. *Jurnal Papatung*, 4(2), 24–32. Amo Sugiharto1*, Mohamad Fajar Darmawan
- Supriyanto. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dan Pengetahuan*. 4(2), 106–114.
- Triani, A., Rizky Awal Ramadhan, D., Hayfa, L., Moza Zelika, R., & Nuraziza Sudrajat, Z. (2022). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Ke Negara Amerika Serikat Dan Malaysia Selama 5 Tahun Periode (2016-2020).

Change Think Journal |, 408, 408–414.

Zainuri, R., & Budi Setiadi, P. (2023). Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis Swot Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 22–28. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1364>

