

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliana, A. A., & Suprapti, I. (2016). Pengaruh Produk Berlabel Halal Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Pertanian Cemara*, 20(2022), 1–23. <https://www.ejournalwiraraja.com/index.php/FP/article/view/2545%0Ahttps://www.ejournalwiraraja.com/index.php/FP/article/view/2545/1650>
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Rajagrafindo Persada.
- Ali, F., Dewanto, Y., & Suyanto, B. (2023). Pengembangan sentra penjualan dan desain kemasan untuk meningkatkan nilai tambah tanaman hias. *Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 6(2), 83–90. <https://doi.org/10.24821/productum.v6i2.6130>
- Anggereni, N. W. E. S. (2019). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Lembaga Perkreditan Desa (Lpd) Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2), 606. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v10i2.20139>
- Annur, C. M. (2023). *Produksi Kopi Indonesia Meningkat capai 794 Ribu Ton pada 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pendekatan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Rineka Cipta.
- Asdinur, A., . J. P., , A. M., & Tangkere, E. S. (2017). Peranan Promosi Terhadap Volume Penjualan Telur Ayam Ras Pada Pasar Swalayan Di Kota Manado. *Zootec*, 37(2), 436. <https://doi.org/10.35792/zot.37.2.2017.16661>
- Ayuningtyas, A. T., Wahono, B., & Rahman, F. (2019). Pengaruh Label BPOM dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswi FEB Angkatan 2019). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 1767–1773.
- Chusminah. (2019). Hubungan Disiplin dengan Kinerja Pegawai. *Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(S1), 12. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.325>
- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 712–721.

- Dananjaya, I., Suparta, N., & Ap, I. G. S. (2014). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Manajemen Agribisnis terhadap Keberhasilan Gapoktan Simantri di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(2), 131–142. <https://media.neliti.com/media/publications/26283-ID-pengaruh-jiwa-kewirausahaan-dan-manajemen-agribisnis-terhadap-keberhasilan-gapok.pdf>
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Elli, H. S., Pardian, P., Syamsiyah, N., & Wiyono, S. N. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kopi Suka Sangrai Di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung Development Strategy of Micro Small and Medium Enterprises (Umkm) Suka Sangrai Coffee in Suka Asih Village Bandung City. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 8(3), 713–723.
- Fahmi, B., Utami, S. W., & Kurniasanti, S. A. (2022). Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kopi Robusta Seblang Coffee Home Industry. *Jurnal Javanica*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.57203/javanica.v1i1.2022.11-20>
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian. *Journal of Management*, 2(2), 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Farhan Buananda, M., & Ariyanti, M. (2018). The Effect Of Bundling Strategy On Consumer Purchase Intention In Jakarta (Study On TAU Package 4G Telkomsel). *E-Proceeding of Management*, 5(3), 3259–3265.
- Fattarani, A. A., Iskandar, E., & Fajri, F. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Kopi Arabika (Studi Kasus: Usaha “Kampung Kupa Gayo”, Kabupaten Aceh Tengah). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 2(4), 323–333. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v2i4.5405>
- Finaka, A. W. (2023). *Negara Penghasil Kopi Terbesar*. Indonesia Baik. <https://indonesiabaik.id/>
- Florensia, F., Widodo, J., & Kartini, T. (2018). Analisis Tren Omzet Pejualan

- Sepatu Dan Sandal Di Cv. Pribadi Tiga Kota Mojokerto Tahun 2015-2017. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 155. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8296>
- Foster, B. (2019). *Manajemen Label & Kemasan*. Bitread Publishing.
- Hapsari, W., Palinggi, Y., & Idham, I. (2021). Pengaruh Mutu Produk, Persepsi Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Serba 45.000 Ditenggarong). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 21(2), 140–154. <https://doi.org/10.53640/jemi.v21i2.972>
- Hasibuan, M. S. P. (2015). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Edisi Revi). Bumi Aksara.
- Juliasty, S. (2009). *Cerdas Mendapatkan dan Mengelola Modal Usaha*. Balai Pustaka.
- Kristiawan, M., Safitri, D., & Lestari, R. (2017). *Manajemen Pendidikan* (S. Ahmad, Tobari, & E. Harapan (eds.); Edisi Pert). Deepublish. Deepublish
- Maulidah, S. (2012). *Pengantar Manajemen Agribisnis* (Tim UB Press (ed.)). UB Press.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Deepublish.
- Nitisusastro, M. (2010). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Alfabeta.
- Praja, Y. (2022). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Kopi Kapal di Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 31–41. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7568>
- Primyastanto, M. (2011). *Manajemen Agribisnis* (A. Manshur (ed.); Edisi Pert). UB Press.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Graha Ilmu.
- Putri, M. A., Yuliandri, & Hutama, Y. P. (2022). Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Kiniko di Nagari Tabek Patah Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Agribest*, 6, 25–36.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus INTEGRATED Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia.

- Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>
- Rosmita, Putri, M. A., & Rosmayani. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (UKM) (Survei Pada Kue Bangkit “Syempana” Di Kota Pekanbaru). *Jurnal Valuta*, 4(2502–1419), 116–137.
- Sofyan, I. (2015). *Manajemen Strategi Teknik Penyusunan serta Penerapannya untuk Pemerintah dan Usaha* (Edisi Pert). Graha Ilmu.
- Sudiantini, D. (2022). *Manajemen Strategi*. CV. Pena Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Susanti, N. (2018). Perancangan E-Marketing Umkm Kerajinan Tas. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 9(1), 717–722. <https://doi.org/10.24176/simet.v9i1.2042>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (Edisi Pert). Andi.
- Widiyati, S., & Ghazi, S. (2018). Peningkatan Impulse Buying Mahasiswa di Semarang terhadap Produk Fashion Lokal melalui Ethnocentrisme, Brand Image dan Country of Origin (COO). *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 49–56. <https://doi.org/10.15408/ess.v8i1.6979>