

DAFTAR PUSTAKA

- Assauari, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauari, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.460 Hal.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gama, M. A. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Tjankir 13*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 7(2), 148-153.
- International Coffee Organization. (2021). *Coffee production by exporting countries (May 2021)* [Data Sets]. International Coffee Organization. <https://www.ico.org/prices/poproduction.pdf>
- International Coffee Organization. (2021). *World coffee consumption (May 2021)* [Data Sets]. <https://www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf>
- KBBI. 2019. *Pengertian Strategi*: <https://kbbi.web.id/strategi>. Diakses 27 Maret 2019
- Keller, K. L. (2008). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (3th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Khotijah, S. (2014). *Smart Strategy Of Marketing*. Bandung: ALFABETA.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler,Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu. Jakarta: Prentice Hall.

- Kotler, P. & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- Mc Charty, E Jerome And Perreault, William D. 1993, *Basic Marketing And Managerial Approach*. 11 Tahun Ed Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- Nasihin, M.A., Subagyo, S.E.F., Erfariani, S. A., & Farida, S.N. (2020). Strategi Bisnis Era New Normal Pada Kedai Kopi di Surabaya: Studi Kasus Pada Beby's Coffee Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 76-78.
- Nurdin, F. R. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran dan Penjualan* . Jakarta: Bumi Aksara.
- Prasetyo, W. B. (2020, February 21). 2020 Kedai Kopi Diprediksi Tumbuh 15%. beritasatu.com. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687/2020-kedai-kopidiprediksi-tumbuh-15>
- Rafiah, K.K. (2020). *Review Strategi Pemasaran Efektif Untuk UMKM Kedai Kopi Dalam menghadapi Masa Pandemi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 16(2), 30-38.
- Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2007). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS.

Susiani. (2005) *Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT Studi Kasus Pada*

PT.Pramita Tours Dan Travels. Skripsi. Yogyakarta: UNY

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Andy. 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi II. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, F. & Gregorius Chandra. (2008). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta:

Andi.

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Press.