

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Aditya, M., Siregar, E. S., & Noor, F. S. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Penghasilan Coffee Shop Pada Era New-Normal di Kota Jambi (Studi Pada Coffee Shop Pedalaman). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3767–3775.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.12883>
- Ariyanto, A. (2023). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Dalam *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada.
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). ANALISIS PERKEMBANGAN COFFEE SHOP SEBAGAI SALAH SATU PERANAN UMKM DI KOTA METRO: *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 2.
<https://doi.org/10.24127/akuntansi.v3i2.3039>
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Perusahaan Dasar, Konsep & Strategi*. Rajawali Press.
- Darsana, I. M. (2023). Pengantar Strategi Pemasaran. Dalam *Strategi Pemasaran*. Intelektual Manifes Media.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P., & Nugroho, A. (2023). *Strategi Pemasaran*. Intelektual Manifes Media.
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 2.

- Endri, E. P., & Prasetyo, K. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Kawa Daun Tanah Datar dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Audiens*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9836>
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 2.
- Garza, I. (2020). *It was in a Coffee Shop*.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Nurjaya. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Hidayah, N., & Qamaruddin, M. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dan Kelayakan Bisnis pada Kedai Kopi Ohayo Coffee Roastery di Martapura. *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.31602/iqt.v9i1.12059>
- Hidayat, R. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop Kelokopi dengan SWOT Analysis dan Boston Consulting Group (BCG)* [Tesis]. UIN Mahmud Yunus.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrussa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori & Aplikasi*. Kencana.
- Izzuddin, A., Santoso, B., & Moulinda, T. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Produk Kuliner Bumdes. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4947>
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2019). *Principles of Marketing*. Pearson UK.
- Manan, M. A. (1993). *Teori dan Praktek Ekonomi Syariah*. Dana Wakaf.

- McKenna, R. (1996). *Kiat-Kiat Pemasaran Menghadapi Pasar Tak Menentu* (B. Hartono, Penerj.). Pustaka Binama Prasindo.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.113>
- Muhammad. (2004). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Ekonisia.
- Nasuka, Moh. (2011). Etika Pemasaran Berbasis Islam: Analisis terhadap Bauran Pemasaran (Marketing Mix). *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 17(1).
- Nurjanah, S., & Rahmat, Y. (2022). Model Pemasaran Syariah Pengembangan Usaha Coffee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)*, 1(1).
- Prihatta, H. S. (2018). Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(1).
- Rahim, Abd. R. (2020). *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Zahir Publishing.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sakdiyah, H., & Rohman, A. (2022). Strategi Bisnis Cafe dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ditinjau Perspektif Syariah Marketing Mix (Studi pada Cafe Sekitar Universitas Trunojoyo Madura). *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law*, 1(4).

- Salsabil, N. (2024). *Coffee Shop Merebak di Banjarmasin, Strategi Marketing Harus Kreatif*. Rri.Co.Id - Portal Berita Terpercaya.
<https://www.rri.co.id/bisnis/1122460/coffee-shop-merebak-di-banjarmasin-strategi-marketing-harus-kreatif>
- Saurin, S. (2023, Maret 15). *Banjarmasin Banyak Kafe hingga Ratusan, Tapi sedikit yang Gabung PHRI*. Banjarmasinpost.co.id.
<https://banjarmasin.tribunnews.com/2023/03/15/banjarmasin-banyak-kafe-hingga-ratusan-tapi-sedikit-yang-gabung-phri>
- Sophian, S. M., & Muttaqin, H. (2023). Pola Sebaran Kafe di Kota Banjarmasin: Tinjauan Analisis Teori Lokasi. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 6(2), 966–976. <https://doi.org/10.20527/jiep.v6i2.11077>
- Suhairi, Atila, C. W., Diana, Rahmadiyah, N., Hutagalung, R. A., & Naibaho, W. A. (2023). Strategi Pemasaran Produk Indomie (PT Indofood Sukses Makmur) dalam Pasar Internasional. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(1).
- Wulansari, R. Y., Aji, F. B., Sujianto, A. E., & Mashudi. (2023). Strategi Pemasaran Syariah pada Pago Creative Space dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Economics and Digital Business Review*, 4(2).