

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Agustin, H., Setiawan, R., Hasan, H., & Rusby, Z. (2025). Konsep Strategi Pemasaran Syariah Berdasarkan Aqidah dan Akhlak Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam. *Jurnal Media Akademik*, 3(7). <https://doi.org/10.62281>
- Alma, B. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. (2025). *Konsumsi Kopi Domestik Indonesia (2013-2023)*. <https://www.aeki-aice.org/konsumsi-kopi-domestik/>
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Radja Grafindo Persada.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2024). *Pengembangan-Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*.
- Dahri, N., & Dewi, M. (2023). *Dasar Kewirausahaan* (Sunreni, Ed.). Padang: CV. Muharika Rumah Ilahi.
- Darsana, 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* (M. A. Wardana, Ed.). Badung: CV Intelektual Manifes Media.
- Dwitiyono, A. (2023). Marketing Mix Strategy From A Sharia Perspective. *Humanities, Management and Science Proceedings*, 04(1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
- Febrianti, D., & Qamaruddin, M. (2023). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Rahman Cell Banjarbaru. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 2023. <http://ojs.iaidarussalam.ac.id/index.php/ekobis/index>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Hinesiti, L., Wahyuni, S., mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidapitri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita, Ed.). Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Hariyanto, M., Peni, I., & Mojokerto, J. (2023). Strategi Marketing Mix Home Industri Pada Usaha kopi Bubuk. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, (1). <https://doi.org/https://doi.org/10.58787/fdzt.v4i1.49>

- Hartono, B. D., Rosidta, A., & Akbar, F. M. A. (2025). Strategi Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Halal. *Ar Rasyiid: Journal of Islamic Studies*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.70367/arraysiid.v3i1.24>
- Husna, L. (2023). Perspektif Islam dalam Marketing Mix. *Jurnal Qonun Iqtishad El Madani*, 2(2).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Inrawan, A., Silitonga, H. P., Halim, F., Lie, D., Sofiyani, & Siregar, R. T. (2022). *Manajemen Kewirausahaan Kontemporer* (A. Sudirman, Ed.). Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Jerusalem, A. M. (2011). *Manajemen Usaha Busana*. Yogyakarta: FKIP UNS.
- Jum'ai, A. M. (2020). Marketing Islam di Dasarkan Pada Hukum Islam. *Majalah Ekonomi dan Bisnis (Unimus)*, 16.
- Kasmir. (2014). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Radja Grafindo Persada.
- Katsir, I. (2006). *Tafsir Ibnu Katsir* (Nomor 2). Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16 ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Maupa, H., Muis, M., & Idris, M. (2023). *Marketing Syariah: Pendekatan Konsep dan Teori dalam Pemasaran Berbasis Islam*. Surabaya: CV Kanaka Media.
- Mukhlisin, A., & Pasaribu, M. H. (2020). ANALISIS SWOT DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN DAN MENGAMBIL KEBIJAKAN YANG TEPAT. *Journal Research and Education Studies*, 1(1).
- Mursid, M. (2014). *Menejemen Pemasaran* (1 ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Noor, H. F. (2011). *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Rajawali.
- Nurhadi, A. (2023). *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)* (W. Supriyatna, Ed.). Yogyakarta: Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.
- Nuryadin, B. (2021). *Marketing Dalam Perspektif Syariah*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Purwanto, A. (2025, Januari 5). *Mengintip Tren dan Tantangan Bisnis Kopi 2025*. Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/mengintip-tren-dan-tantangan-bisnis-kopi-2025>

- Quraish, M. S. (2002). Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an. Dalam *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*. Jakarta: Lentera Hati.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Kadek Dessy Hariyanti, N., & Tawil, R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran* (M. Gita Indrawan, Ed.). Padang: CV Gita Lentera.
- Rianto, M. R., Handayani, M., Sulistyowati, A., Komariah, N. S., & Sari, R. K. (2025). *Manajemen Strategik Dan Implikasi Penelitian Metode SWOT*. Puwokerto: PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Rosadi, S. H., Purnamasari, F., & Aslidayanti. (2024). Implementasi dan Pengaruh Marketing Mix sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Kain Tenun Sutera. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 7(1), 100. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v7i1.54401>
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- SH, S., Firmansyah, H., Effendi, I. N., Nurmahadi, Rachmawati, E., Febrianto, H. G., Caroline, Aradea, R., Sugiyani, Y., Djuniardi, D., Fitriana, A. I., Pratama, F. A., Retnandari, S. D., Nurhayati, Sudirjo, F., & Jatmiko, U. (2021). *Teori Dan Konsep Kewirausahaan* (Mansur & Srikalimah, Ed.). Cirebon: Insania.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi Pemasaran* (Ansar, Ed.). Makassar: Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaluddin, Isra Iradat, M., Mustafa, Latief, F., Mubyl, M., Kurnia, F., & Lazuardi, B. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (M. Asdar, Ed.). Sidenreng Rappang: Lajagoe Pustaka. www.lajagoe.com
- Sukiati. (2016). *Metodologi Penelitian: Sebuah Pengantar*. Medan: CV Manhaji.
- Sunarsi, D. (2024). *SWOT Teori, Implementasi, Strategy*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2024). *Strategi Pemasaran* (A. Afwa, Ed.). Pekanbaru: UIR Press.

- Supriadi, A., Arisondha, E., & Nistia Sari, T. (2023). *Pengelolaan Keuangan dan Pengembangan Usaha pada UMKM* (N. Rismawati, Ed.). Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Syarfan, L. O. (2023). *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (S. Hamim, Ed.). Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Taqwa, F. R. A.-K. L., Sarita, B., & Sujono. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Usaha (pada UD. Pandan Jaya Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari). *Jurnal Halud Oleo Manajemen Bisnis*, (2), 471–481.
- Tihurua, L. S. (2022). *Penerapan Strategi Bauran Pemasaan (Marketing Mix) pada Jazz Coffee Malang*. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim.
- Wandini, Y., Endah, K., & Adityawarman. (2025). Strategi Pengembangan UMKM oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan di Desa Tambaksari Kabupaten Ciamis. *Jurnal kajian Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 2(3), 76–87. <https://doi.org/10.62383/federalisme.v2i3.972>