

DAFTAR PUSTAKA

- Abhirama, M. A. (2022). *Strategi Pemasaran Kopi Sapuangin Merapi Menggunakan Analisis STP, Marketing Mix, dan SOAR*. Yogyakarta: Fakultas Teknologi Industri. Universitas Islam Indonesia.
- Alma Buchari. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ananda, A. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tabo Kopi Sipirok*. Padangsidimpuan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islma Negri Padangsidimpuan.
- Anggia, Malse., Dkk. (2022). *Peningkatan Kualitas Produk melalui Manajemen Produksi dan Inovasi Kemasan pada Usaha Kopi Bubuk Pusako Bundo*. *Jurnal Aplikasi Ilmu Agama*. Vol 22. (2).
- Anggia, Malse., & Wijayanti, Ruri. (2023). *Studi Proses Pengolahan Kopi Metode Kering dan Metode Basah Terhadap Rendemen dan Kadar Air*. *Jurnal Hasi Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta* Vol. 2 No. 2 Juli 2023 Hal. 137-141.
- Anggreni, M.R. (2021). *Strategi Pemasaran Kopi Bubuk PT. Nutraco Pratama Indonesia Kabupaten Manggarai Tengah*. Kupang: Fakultas Pertanian. Universitas Nusa Cendana.
- Asmarantaka,R.W., J. Atmakusuma., Y.N. Muflikh., N. Rosiana. (2017). *Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi dan Manajemen*. *Jurnal Agribisnis Indonesia* 5(2): 151-172.
- Assauri, Sofjan. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat. (2020). *Profil Industri Mikro dan Kecil Provinsi Sumatera Barat 2020*. Padang: CV Graphic Dwipa.
- David, Fred R. (2009). *Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R., R.F. David. (2019). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.

- Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Solok. (2021). *Direktori Perusahaan Industri Kecil dan Menengah Berdasarkan Kecamatan Kabupaten Solok Per 31 Desember 2021*.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Solok. (2022). *Daftar Perusahaan Berdasarkan Proyek di Kabupaten Solok Tahun 2022*.
- Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah. (2006). *Pembinaan dan Pengembangan IKM Kerajinan*. Jakarta.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2015). *Rencana Strategis Direktorat Jenderal Perkebunan Tahun 2015-2019*. Jakarta.
- Efendi, S., E, Guridno., E, Sugiono., S.HS. (2019). *Penguatan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Indonesia*. Jakarta: LPU UNAS.
- Fakhrudin, Arif., M. V. Roellyanti., Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish (Grup penerbit CV Budi Utama).
- Feri, A.Y. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Kopi Hendra Sari di Nagari Koto Tangah Simalanggang Kabupaten 50 Kota*. Bukit Tinggi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi.
- Fitriyah, A.T., D. Kape., Baharuddin., R.R. Utami. (2021). *Analisis Mutu Organoleptik Kopi Bubuk Arabica (Coffea arabica) Bittuang Toraja*. *Jurnal Industri Hasil Perkebunan*. Vol 16 (1) : 72-82.
- Habibullah. (2019). *Strategi Pemasaran Bubuk Kopi Arabika Gayo Specialty di Redej Kupa (Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah)*. Medan: Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Handayani, A., A.E. Sarwono. (2021). *Buku Ajar Manajemen Strategis*. Surakarta: UNISRI Press.
- Jalaluddin, R. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2021). *Berperan Pulihkan Ekonomi Nasional, IKM Dipacu Masuk Rantai Pasok Global*. <https://kemenperin.go.id>. [diakses: 15 November 2022].
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019). *Industri Pengolahan Kopi Semakin Prospektif*. <https://kemenperin.go.id>.

- Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid II. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat., Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salembat Empat.
- Nazir, Moh. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 64/M-IND/PER/7/2016. (2016). Tentang Besaran Jumlah Tenaga Kerja dan Nilai Investasi Untuk Usaha Industri. Jakarta: Menteri Perindustrian Republik Indonesia.
- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama
- Shareen Sylbia., N.R Andayani. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kara Santan PT Enseval Putera Megatrading, Tbk. *Journal of Applied Business Administration* 2 (1) 46-59.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Universitas Muhammadiyah Hamka
- Sudarsono, Heri. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Sunarsi, Denok. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 21(1): 7-13.

Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.

Wibowo, D.H., Z. Arifin., Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vo.29 No.1.

