

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. F. (2017). Analisa Kontribusi Sektor Pertanian Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Amaly, N. F., Praptono, B., & Iqbal, M. (2015). Analisis Kelayakan Pembukaan Cabang Coffee Shop Kedai Sabi Di Tamansari, Kota Bandung Ditinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. *eProceedings of Engineering*, 2(2).
- Anas, M. Y. A. (2019). Why Sociopreneur Not Social Entrepreneur?. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 4(2), 66-73.
- Anwar, Syaifuddin. (1991). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Atmodjo, M. W., & Widjojo, M. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi.
- Badan Pusat Statistik (2022). *Statistik Kopi Indonesia 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Chen, P., & Hu, H. (2010). How determinant attributes of service quality influence customer-perceived value: an empirical investigation of the Australian coffee outlet industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(4), 535-551.
- Deaniera, A. N., Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Supyandi, D., & Sukayat, Y. (2020). Studi Komparatif Proses Bisnis Usaha Jigana Coffee Shop Dan Kedai Kopi Inspirasi Cibinong, Kabupaten Bogor. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 27(2), 172-182.
- Direktorat Jenderal Perkebunan (2021). *Statistik Perkebunan Unggulan Nasional 2020-2022*. Sekretariat Direktorat Jenderal Perkebunan.
- Fathur, A. R. (2023). *Analisis Bisnis Proses Pendekatan Value Chain Model: Studi pada UMKM Raja Sale Kabupaten Blitar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Fitri, A., Berliana, D., & Anggraini, N. (2021). Pengadaan Bahan Baku Produk Kopi Ready to Drink pada Coffee Shop di Kota Bandar Lampung. *Agrimor*, 6(1), 42-48.

- Hadiwidjojo, C. C. (2016). Analisis Rantai Nilai Pada CV Master Sentra Boga. *Agora*, 4(1), 51-59.
- Harmon, Paul. (2007). *Business Process Change: A Guide for Business Managers and BPM and Six Sigma Professionals*. 2nd Edition. *Morgan Kaufmann Publisher*. Burlington, USA.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Cofee Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Kaum Muda. *ThaqĀfiyyĀT*, 13(1), 187–204.
- Hess, D. (1995). The Iowa Franchise Act: Towards Protecting Reasonable Expectations of Franchisees and Franchisors. *Iowa L. Rev.*, 80, 333.
- Magretta, J. (2014). *Understanding Michael Porter: Panduan Paling Penting tentang Kompetisi dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Marayasa, I. N., Sugiarti, E., & Septiowati, R. (2017). Pengembangan Sumber Daya Manusia. Bekasi: PT Dewangga Energi Internasional Anggota IKAPI (403/JBA/2021)
- Maxfield, F. N. (1930). The Case Study. *Educational Research Bulletin*, 117-122.
- Mulya, M. B. (2022). *Penggalian Potensi Pajak Penghasilan Atas Usaha Coffee Shop di Wilayah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Petisah* (Doctoral dissertation, Politeknik Keuangan Negara STAN).
- Nasution, Shaaliladini. (2017). *Analisis Value Chain Pada Produk Sulam Usus Butik Busana Aan Ibrahim di Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Universitas Lampung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Nazir. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Porter, Micheal E. (1985). *Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Putri, D. N., & Deliana, Y. (2020). Perbedaan Preferensi Konsumen Generasi Z antara Coffee Shop Besar dan Coffee Shop Kecil di Kecamatan Cobleng Kota Bandung. *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(1), 77-89.
- Rama, Dasaratha V. & Jones, Frederick L. (2006). *Accounting Information System*. States.
- Rashid, S. M., Cohen, D., & Ghose, K. (2018). An exploration on the process of brand identity building in the context of Malaysian cafe.

- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Seddon, J., & Sant, R. (2007). Increasing Business Value through Improved Customer Experiences. *E-Perspectives*, December. Retrieved October 22, 2009.
- Setiyani, L., Liswadi, G. T., & Maulana, A. (2022). Proses Pengembangan Proses Bisnis Transaksi Penjualan pada Toko Erni Karawang. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 16(4), 181-187.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tandiono, C. M. (2020). Analisis Brand Personality dari Franchise Kopi Janji Jiwa di Surabaya. *Agora*, 8(1).
- Valerina, I., & Sinuraya, B. (2018). Sistem Informasi Persediaan Barang dengan Metode Fifo pada STMIK Kristen Neumann Indonesia. *Publikasi Ilmiah Teknologi Informasi Neumann (PITIN)*, 61-66.
- Weske, M. (2007). *Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures*. New York: Springer Science & Business Media.
- Widayanto, W. (2017). Analisis Proses Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Konveksi Ryan Collection Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 24-30.
- Windarto, G. J. (2023). Berbisnis Dengan Waralaba. *Analisis "Jurnal Bisnis dan Akuntansi"*, 23(2), 44-51.
- Wisdaningrum, O. (2013). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) dalam Lingkungan Internal Perusahaan. *Jurnal Analisa*, 1(1), 40-48.