

DAFTAR PUSTAKA

- Krisnawati, D. (2018, 1 1). PERAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA STRATEGI PEMASARAN DAN JALUR DISTRIBUSI UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 70.
- Suci, Y. R. (2017, 03 22). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 06(7).
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, 10 01). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Retrieved from <https://www.ekon.go.id>:
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2022, 10 31). *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>:
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomallut/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html#:~:text=Industri%20makanan%20dan%20minuman%20di,Rp1%2C12%20kuadriliun%20pada%202021>
- Supardi, Widajatun, V. W., Nugraha, N. M., Susanti, N., Sumantri, M. B., & Mukhlis, T. I. (2021, 1). PELUANG DAN PERUBAHAN CARA BERPIKIR SAAT PANDEMIK (Pengabdian Kepada UMKM Binaan Kadin Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 165.
- Putri, M. V., & Kurniawan, R. (2023, 02 13). ANALISA PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK USAHA KUE LAPIS LEGIT NYONYA MELATI MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN BUSINESS MODEL CANVAS. *Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 61.
- Katadata Media Networks. (2023, 02 02). *Jumlah UMKM Versi Kemenkop UKM (2022)*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id>:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/02/jumlah-umkm-di-indonesia-sepanjang-2022-provinsi-mana-terbanyak>
- Prayoga, R. A. (2022, 4 15). Pemodelan proses bisnis coffee shop menggunakan business model canvas dan empathy map. *Journal Industrial Servicess*, 7(2).
- Herlyana, E. (2012, 6 1). FENOMENA COFFEE SHOP SEBAGAI GEJALA GAYA HIDUP BARU KAUM MUDA. *Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam*, 13(1).
- Octaviani, A. (2013, 6 21). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COFFE TOFFE JATIM EXPO SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(2).
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021, 9 28). FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN PENDEKATAN

BUSINESS MODEL CANVAS(BMC) DAN SWOT ANALYSISDALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PADA PIRING SENG COFFEE & CO TUNJUNGAN SURABAYA. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 132.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*.

Hendarsih, I. (2021, 11). ANALISIS PENERAPAN STRATEGI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA JASA ZIGZAG LASERWORK SEMARANG JAWA TENGAH. *Jurnal AKRAB JUARA*, 6(4), 156.

Sultan, R., & Hasbi, I. (2018, 8 31). ANALISIS BISNIS MODEL KANVAS PADA KADATUAN KOFFIE BANDUNG. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2).

Prameswari, A. G., & Nurhidayah, F. (2020, 11 18). Penerapan Business Model Canvas dan Proyeksi Analisis Finansial Sebagai Solusi Keberlangsungan Kegiatan UMKM di Pamulang. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 2(2).

Prameswari, A. G., & Nurhidayah, F. (2020, 11 18). Penerapan Business Model Canvas dan Proyeksi Analisis Finansial Sebagai Solusi Keberlangsungan Kegiatan UMKM di Pamulang. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 2(2).

Fatimah, F. N. (2016). *Teknik Analisis SWOT*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *MARKETING MANAGEMENT*.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want Get Started With*.

strategyzer. (n.d.). *The Value Proposition Canvas*. Retrieved from <https://www.strategyzer.com>: <https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>

Maurya, A. (2012). *Running Lean: A systematic process for iterating your web application from Plan A to a plan that works*.

Rahardjo, B., Hasbullah, R., & Taqi, F. M. (2019). Coffee Shop Business Model Analysis. *Integrated Journal of Business and Economics*.

Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*.

Mahmudan, A. (2022, 06 09). *Berapa Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?*. Retrieved from dataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>

Kusumawati, R. A. (2022). Implementasi Business Model Canvas Sebagai Strategi Dalam Pengembangan Coffee Shop (Studi Kasus Pada Ruang Kopi Bogor). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*.

Paramita, C., Destari, F., & Nugraha, K. S. (2022). PENDAMPINGAN UKM WARUNG TA CAFE: PENINGKATAN MANAJEMEN USAHA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN. *Jurnal Abdimas*, 3(1).

INDONESIA.GO.ID Portal Informasi Indonesia. (2022, 05 27). *Menebar Aroma Kopi Indonesia di Pasar Global*. Retrieved from <https://indonesia.go.id/>: <https://indonesia.go.id/kategori/kabar-g20/5210/menebar-aroma-kopi-indonesia-di-pasar-global?lang=1>

- Yahya, E. S., & Gunawan, A. I. (2021). APAKAH ATRIBUT PRODUK MAMPU MENDORONG NIAT PEMBELIAN? (STUDI KASUS PEMBELIAN KOPI LOKAL DI COFFE SHOP) . *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*.
- Pereira, D. (2022, 10 3). *Customer Segments*. Retrieved from <https://businessmodelanalyst.com/>:
https://businessmodelanalyst.com/customer-segments-business-model-canvas/?srsltid=AfmBOorYhBaLtE9tc1Lbfji_bqDE_3AGcOGcJcyq_OJm4jeqRz73ckPl
- kumar, s. (2018, 3 5). *Nine Components Of Business Model Canvas* . Retrieved from <https://medium.com/>:
https://medium.com/@sarathkumar_66483/nine-components-of-business-model-canvas-cc67607ccb53
- Awware. (2021, 4 20). *Value proposition canvas: comprehensive guide with examples*. Retrieved from <https://awware.co/>:
<https://awware.co/blog/value-proposition-canvas/>
- Mudryk, A. (2024, 4 16). *How to Use Value Proposition Canvas for Better Product-Market Fit*. Retrieved from <https://cieden.com/>:
<https://cieden.com/value-proposition-canvas-customer-segment-explained>
- Network, K. M. (2021). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/>:
<https://databoks.katadata.co.id/agroindustri/statistik/a52d67e63a182a3/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- Saefudin, B. R., Deaniera, A. N., & Rasmikayati, E. (2020, Mei). Kajian Pembedaan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor. *Agrovital : Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1).
- Network, K. M. (2023, 9 20). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. Retrieved from databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/d109a45f4409c34/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- slice. (2023, 5 4). *[EDISI 2023] Statistik Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru*. Retrieved from <https://www.slice.id/>:
<https://www.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru>
- Putri, L. T., Adawiyah, R., & Fitriyani, R. A. (2021). TREN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE PENGANTI MODEL IKLAN DI MASA DEPAN. *Jurnal Sosial Politika*, 2(2).
- Technoz, B. (2024). *Perkembangan Ekspor dan Impor Kopi*. Retrieved from [bloombergentechnoz.com](https://www.bloombergentechnoz.com/): <https://www.bloombergentechnoz.com/detail-news/51821/nilai-ekspor-kopi-ri-naik-nyaris-30-capai-rp23-31-t>
- Mulyono, A., & Rohaeni, O. (2023, 7 18). Penerapan Model Regresi dalam Menentukan Pengaruh Pendapatan Perkapita dan Jumlah Penduduk terhadap Konsumsi Masyarakat. *Jurnal Riset Matematika*, 3(1).
- Halik, R. A., Rifin, A., & Jahroh, S. (2020, Desember). PENGARUH KEMITRAAN TERHADAP KINERJAUSAHA MIKRO DAN KECIL TAHU DI INDONESIA. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 8(2).

- Darojat, A. R., & Lestari, W. D. (2019). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING(Studi Pada Produk Pakaian Dalam Pada Platform Tiktok). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2).
- Hindarwati, E. N., Nadjhary, A. S., Ranteg, C. W., & Panjaitan, S. M. (2023, Agustus). PROGRAM MEMBERSHIP DENGAN MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA FITNESS CENTER. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 28(2).
- Ballang, A., Pongtuluran, A. K., & Tangdialla, R. (2023, November). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Mie Setang Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 1(6).
- Hermawan, E. (2023, Januari). Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(1).
- Hidayat, C., Setiawan, C., & Gantina, D. (2020, November). Pelatihan dan Motivasi Dalam Peningkatan Kinerja Karyawan Cafe di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(3).
- Keuangan, B. P. (<https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/>.
- DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN. (2025, 3 12). *Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*. Retrieved from <https://opendata.bandung.go.id>: <https://opendata.bandung.go.id/dataset/data-rumah-makan-restoran-cafe-di-kota-bandung>
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Budiu, R., & Moran, K. (2021, 7 25). *How Many Participants for Quantitative Usability Studies: A Summary of Sample-Size Recommendations*. Retrieved from <https://www.nngroup.com/>: <https://www.nngroup.com/articles/summary-quant-sample-sizes/>