

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, M. (2019). Coffee shop industry growth in Makassar: A case study. *Indonesian Journal of Tourism and Hospitality*, 4(2), 112–125.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2010). *Principles of marketing* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2024). *Kota Makassar dalam angka* (Vol. 25). BPS Kota Makassar.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2024a). *Inflasi bulanan (M-to-M) menurut kelompok pengeluaran Kota Makassar (2018=100) (persen), 2023*. BPS Kota Makassar.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2024b). *Jumlah penduduk menurut kecamatan dan jenis kelamin di Kota Makassar (jiwa), 2021-2023*. BPS Kota Makassar.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2024c). *Produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Makassar atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha (juta rupiah), 2018-2020*. BPS Kota Makassar.
- Badan Pusat Statistik Kota Makassar. (2024d). *Produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Makassar atas dasar harga berlaku menurut lapangan usaha (juta rupiah), 2021-2023*. BPS Kota Makassar.
- Bogdan, R., & Taylor, S. (1992). *Pengantar metode penelitian kualitatif*. Usaha Nasional.
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). *Strategic management: A competitive advantage approach (Concepts and cases)*. Pearson Education Limited.
- Dewi, T. P. N., Chandra, H., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis implementasi strategi bauran pemasaran 7P pada usaha Bakso Wong Jowo by JIP. *Jurnal Industri dan Perkotaan*, 17(2), 121–127.
- Manajemen Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. (2022). Jumlah industri food and beverage di Kota Makassar tahun 2022.
- Godfrey, P., Jensen, R., & Bryce, D. (2020). *Strategic management: Concepts and cases*. John Wiley & Sons, Inc.



- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran pemasaran*. Deepublish.
- GoodStats. (2025). Hasil survei pola konsumsi kopi orang Indonesia di tahun 2024. *GoodStats*.
- Heriyadi. (2018). Strategi positioning dalam persaingan bisnis (points of difference dan points of parity). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*,
- Hidayat, W. (2021). Gaya hidup masyarakat perkotaan: Studi kasus terhadap pelanggan warung kopi di Kota Makassar. *Tesis, Universitas Hasanuddin*.
- Huda, M., & Soepatini. (2021). *Segmenting, targeting, positioning*. Muhammadiyah University Press.
- Hutagalung, A. (2020). Strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan industri makanan dan minuman. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 134–145.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of marketing* (19th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). *Principles of marketing* (8th European ed.). Pearson.
- Lune, H., & Berg, B. L. (2017). *Qualitative research methods for the social sciences*. Pearson Education Limited.
- Marketing Accountability Standards Board. (2024). *Marketing mix*. Marketing Accountability Standards Board.
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mugo, P. (2020). Porter's Five Forces influence on competitive advantage in the telecommunication industry in Kenya. *European Journal of Business and Strategic Management*, 5(2), 30–49.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyani, S. (2019). Analisis lingkungan internal dan eksternal dalam merumuskan strategi bisnis coffee shop. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 78–89.
- A., Zamhari, & Oktalina, G. (2019). Analisa bauran pemasaran (7P) untuk enentukan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan



- (Studi kasus pada home industry CV Melati Kota Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 6(4), 2354–5682.
- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. T. (2020). Impact of service quality, customer satisfaction, and switching costs on customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 395–405.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). *Value proposition design*. John Wiley & Sons, Inc.
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis competitive force dan competitive strategy sistem informasi kuliner di Indonesia: Studi kasus Kulina.id. *Jurnal Electronics, Informatics, and Vocational Education (ELINVO)*, 1(2), 1–12.
- Pramudya, R. (2022). Designing the ideal coffee shop: Analyzing the success of Ruumaa Id Coffee Shop in Makassar. *Journal of Interior Design and Business*, 15(1), 89–98.
- Rahmawati, S. (2020). The role of coffee shops in shaping social interactions in Makassar. *Makassar Social Science Review*, 7(3), 67–79.
- Ramadhani, B. (2023). *Analisis strategi pengembangan UMKM 148 Coffee Shop Makassar* [Skripsi]. Universitas Hasanuddin.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, N. A. (2023). *Manajemen pemasaran*. K-Media.
- Said, I. (2017). Warung kopi dan gaya hidup modern. *Jurnal Al-Khitabah*, 3(1), 33–47.
- Satori, D. A., & Komariah, A. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif
- Snapcart. (2023). Survei tren konsumsi kopi tahun 2023.
- Sugiarto, E. (2019). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 5(1), 45–60.
- Yusuf, Y. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.



- Sutanto, R., & Rizky, A. (2018). Café culture in the digital age: How coffee shops evolve in urban environments. *Journal of Hospitality & Tourism Studies*, 29(4), 245–259.
- Sutrisno, H. (2021). Pengaruh analisis lingkungan eksternal terhadap strategi bisnis dalam industri makanan dan minuman. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(3), 45–58.
- Syahbani, A. (2020). Pengaruh harga, produk, fasilitas, dan pelayanan terhadap kepuasan food court Plaza UNY. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 9(2), 121–127.
- Tabelessy, W., Ralahallo, F. N., Loppies, L. S., Pattinaja, E. M., & Siahaan, M. H. (2023). Implementation of the 7P marketing mix principles as a marketing strategy for business people: Application to the business community of KP. Ambon CU. Hati Amboina, Ambon, Indonesia. *Indonesian Community Empowerment Journal*, 3(2), 136–142.
- Thomas, M. R., & George, G. (2021). Segmenting, targeting, and positioning (STP) of generational cohorts Y, Z, and Alpha. *IIMS Journal of Management Science*, 12(2), 115–129.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: Konsep, implementasi, dan kasus*. Andi Publisher.
- Vázquez, M. L., Hernández, J. H., Hernández, N. B., Salvatierra, J. A. A., & Baryolo, O. G. (2018). A framework for PEST analysis based on fuzzy decision maps. *Revista Espacios*, 39(16).
- Wichmann, J. R. K., Uppal, A., Sharma, A., & Dekimpe, M. G. (2022). A global perspective on the marketing mix across time and space. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 502–521. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.



, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.