

**IDENTIFIKASI FAKTOR PENGHAMBAT DAN STRATEGI USAHA
WARUNG KOPI TPK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Prodi Manajemen



OLEH:

LIZAR IQBAL TAUFIK

18.1.02.02.0173

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Oleh :

LIZAR IQBAL TAUFIK

NPM: 18.1.02.02.0173

Judul:

**IDENTIFIKASI FAKTOR PENGHAMBAT DAN STRATEGI USAHA
WARUNG KOPI TPK**

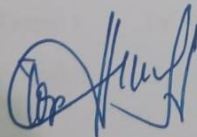
Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 28 Desember 2023

Pembimbing I



Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A
NIDN. 0706108902

Pembimbing II



Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.
NIDN. 0728068702

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

LIZAR IQBAL TAUFIK

NPM: 18.1.02.02.0173

Judul:

**IDENTIFIKASI FAKTOR PENGHAMBAT DAN STRATEGI USAHA
WARUNG KOPI TPK**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

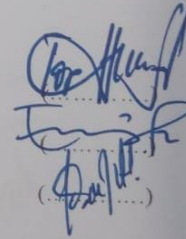
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 28 Desember 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A
2. Penguji I : Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M.
3. Penguji II : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.



Mengetahui,

Dekan FEB,



Dr. Amin Tohari, M.Si.

NIDN. 0715078102

HALAMAN PERNYATAAN

PERNYATAAN

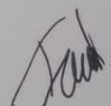
Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Lizar Iqbal Taufik
Jenis Kelamin : Laki - laki
Tempat/tgl.lahir : Kediri, 29 Agustus 1999
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 28 Desember 2023

Yang Menyatakan



LIZAR IQBAL TAUFIK
NPM. 18.1.02.02.0173

MOTTO

Jangan terlalu fokus kepada hal-hal buruk sampai kita lupa bahwa di dunia ini masih banyak orang baik. Bisa saja orang baik yang kamu temui bisa jadi di internet, di sebelahmu, atau bahkan tanpa disadari ada di dalam dirimu sendiri.

Jangan menyerah tetap semangat dan terus berkembang

(Fiersa Besari)

Skripsi ini

Kupersembahkan untuk:

- Allah swt, atas rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan dan mengerjakan tugas akhir ini hingga selesai.
- Kedua orang tua saya selalu memberikan dukungan yang tak terhingga sampai bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
- Serta teman-teman seperjuangan yang telah berjuang dan bismillah sukses yang menemani dan memberi semangat untuk menyelesaikan atau mengerjakan tugas akhir ini.

ABSTRAK

Lizar Iqbal Taufik: Identifikasi Faktor Penghambat Dan Strategi Usaha Warung Kopi TPK, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata Kunci: Faktor Penghambat, Strategi Usaha, Warung Kopi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penghambat dan strategi usaha warung kopi. Data diperoleh dari pengelola, pegawai dan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan penelitian studi kasus. Hasil penelitian dalam penelitian ini bahwa warung kopi TPK sendiri memiliki faktor penghambat penjualan pada warung kopi TPK yang meliputi persaingan, modal, tempat (lahan parkir dan kebersihan), dan pelayanan dan untuk faktor pendukung yaitu dukungan dari masyarakat, pelayanan yang baik dan manajemen yang baik. Faktor yang menghambat penjualan pada warung kopi TPK dapat memberikan wawasan yang berharga untuk meningkatkan kinerja bisnis tersebut dan strategi pemasaran yang diterapkan untuk usaha warung kopi TPK agar tidak kalah saing dengan warung kopi lainnya. Warung Kopi TPK diharapkan dapat memperluas pasar melalui mekanisme *marketing mix* berupa promosi agar dapat meningkatkan penjualan dan memperoleh keuntungan yang optimum.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul **“IDENTIFIKASI FAKTOR PENGHAMBAT DAN STRATEGI USAHA WARUNG KOPI TPK”**

Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini diucapkan terimakasih kepada beberapa orang dan penghargaan yang setulus tulusnya kepada :

1. Dr. Zainal Afandi, S.Pd, M.Pd, Dr selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ismayantika Dyah Puspita, M.B.A Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, penyusunan dan arahan dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Dyah Ayu Paramitha, M.Ak. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, penyusunan dan arahan dalam mengerjakan skripsi ini
6. Orang tua yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, dorongan dan lainya selama penyusunan skripsi.

7. Teman-teman saya, yang telah berjuang Bersama-sama dalam menyelesaikan penelitian serta selalu memberikan semangat dan motivasi
8. Semua pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan penelitian ini sehingga dapat selesai secara tepat waktu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka kritik dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan. Disertai harapan semoga skripsi ini mempunyai manfaat bagi kita semua.

Kediri, 28 Desember 2023



LIZAR IQBAL TAUFIK
NPM:18.1.02.02.0173

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN.....	2
A.Latar Belakang	2
B.Fokus Penelitian	5
C.Rumusan Masalah	5
D.Tujuan Penelitian	5
E.Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
A.Kajian Teori	Error! Bookmark not defined.
1.Pengertian Strategi.....	Error! Bookmark not defined.
B.Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
C.Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III: METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Kehadiran Peneliti	Error! Bookmark not defined.
C. Situs Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Tahapan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	Error! Bookmark not defined.
defined.	
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
G. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
H. Uji Keabsahan Temuan	Error! Bookmark not defined.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Error! Bookmark not defined.

A. Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Situs Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Gambaran Umum Informan **Error! Bookmark not defined.**

2. Profil Warung Kopi TPK **Error! Bookmark not defined.**

3. Lokasi dan Jam Kerja **Error! Bookmark not defined.**

B. Data Hasil Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

1. Faktor Penghambat Usaha Warung Kopi TPK ... **Error! Bookmark not defined.**

2. Strategi Pemasaran Warung Kopi TPK **Error! Bookmark not defined.**

C. Interpretasi dan Pembahasan **Error! Bookmark not defined.**

1. Faktor-faktor penghambat **Error! Bookmark not defined.**

2. Strategi **Error! Bookmark not defined.**

BAB V : PENUTUP **Error! Bookmark not defined.**

A. Temuan **Error! Bookmark not defined.**

B. Implikasi **Error! Bookmark not defined.**

C. Rekomendasi **Error! Bookmark not defined.**

HASIL WAWANCARA **Error! Bookmark not defined.**

BERITA ACARA **Error! Bookmark not defined.**

SURAT PENELITIAN **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA 7

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menikmati secangkir kopi di pagi hari dan ketika waktu senggang sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia sejak dulu. Kopi merupakan salah satu minuman lokal masyarakat Indonesia yang diminati dari segala kalangan yang mempunyai ciri khas rasa dari tiap-tiap jenis kopi (Adhania, 2018). Di Indonesia memiliki tradisi minum kopi yang saat ini masih sering dilakukan oleh sebagian orang. Seiring berjalannya waktu, kopi mengalami perkembangan yang cukup baik mulai dari cara pengolahannya, cara penyajiannya hingga jenis kopi yang digunakan. Minum kopi pada zaman ini dapat dikatakan sebagai gaya hidup yang sangat modern dikarenakan banyak kalangan anak muda menikmati kopi di café dengan banyak varian desain tempat yang estetik dan disajikan dengan dilukis oleh tangan barista. Hal tersebut sangat jauh berbeda dibandingkan dengan kopi tradisional yang disajikan di warung kopi dengan menggunakan gelas kecil dan piring kecil-kecil serta diproduksi dengan cara yang sederhana dan simple.

Usaha adalah salah satu kegiatan yang memiliki peranan sangat penting dalam memenuhi kebutuhan manusia yang memiliki tujuan untuk mencari keuntungan ekonomi guna untuk menghidupi kebutuhan sehari-hari (Hofifah, 2020). Di dalam sebuah usaha terdapat beberapa faktor penting salah satunya adalah potensi dan peluang usaha dengan memahami hal tersebut kita juga bisa mengerti bagaimana cara menjalankan usaha dan memahami keinginan konsumen yang dinamis serta menyikapi persaingan usaha saat ini. Hal tersebut sangat penting karena potensi dan peluang usaha adalah kombinasi yang menarik dalam memulai sebuah usaha. Salah satunya yaitu usaha warung kopi yang

semakin berkembang diberbagai tempat. Usaha warung kopi merupakan salah satunya bentuk usaha yang menarik serta dikatakan sebagai tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat, teman dan berbagai latar belakang lainnya, sosial budaya untuk berkumpul, diskusi, ngobrol, makan, minum dan dapat berbagi informasi satu sama lain.

Para pengusaha warung kopi saat ini masih sangat banyak dan saling bersaing untuk menarik pelanggan. Investasi pada industri kopi sangat menjanjikan dan sangat menarik bagi pelaku usaha dan dinilai sebagai peluang bisnis yang baik dengan mendirikan usaha yang berkonsep trend masa kini. Salah satunya yaitu memiliki fasilitas seperti *wifi* dan *free cargher* selain itu juga bisa memesan minuman dan makanan seperti kopi, teh, nasi bungkus dan kue-kue dan lain - lain. Kebutuhan kopi yang semakin meningkat membuat pemilik warung kopi berupaya meningkatkan kualitas dan rasa, sehingga dapat memadukan atau mencampur beberapa jenis varian kopi dan menjadi salah satu jenis minuman kopi baru dengan cita rasa tersendiri (Sufrianto & Danggi, 2022). Salah satunya terdapat di Kota Kediri yang sebagian besar penduduknya penikmat kopi.

Kota Kediri merupakan kota menengah dengan luas wilayah 63,404 km² dan masuk kedalam Provinsi Jawa Timur. Kota Kediri dibagi menjadi 2 bagian yang dipisah oleh Sungai Brantas yang sangat indah dan dibagi timur dan barat. Kota Kediri memiliki dampak positif bagi peningkatan atau perkembangan perekonomian penduduk di wilayah tersebut. Dampak positif dari pertumbuhan ekonomi di Kota Kediri dengan munculnya pembangunan taman, pertokoan, dan pusat-pusat perbelanjaan serta fasilitas umum lainnya. Warung kopi di kota Kediri semakin meluas dan banyak sekali diberbagai tempat. Masing-masing memiliki identitas berbeda dan saling menawarkan ciri khasnya untuk menarik perhatian pelanggan. Tidak heran jika banyak warung kopi yang didesain tempat usahanya dengan nyaman agar pelanggan tertarik untuk mengunjungi. Terlebih

lagi juga menyajikan menu hidangan kopi yang berbeda dari yang lain, sehingga membuat konsumen menjadi betah untuk berlama-lama.

Salah satu warung kopi yang berada di Kediri adalah Warung Kopi TPK yang terletak di JL. Mauni gang 1 Bangsal yang sudah berdiri sejak 5 Januari 2018. Awalnya warung kopi TPK hanya memiliki tempat yang kecil bahkan usahanya sangat sepi pengunjung karena masih merintis dari awal yang belum mengerti keunggulan produk dari warung kopi fasilitasnya juga sangat minimalis seperti masih belum ada kamar mandi, belum memiliki akses internet dan tempat duduk yang sedikit, selain itu lokasinya juga masih sedikit sulit ditemukan karena harus masuk gang untuk menemukan lokasi tersebut, akses jalan juga tidak begitu bagus dan lahan parkir yang sangat sempit membuat warung kopi TPK harus berusaha atau bekerja keras untuk mengembangkan usaha tersebut. Dengan seiring waktu warung kopi ini mulai tertata dari pemasarannya sudah melalui media sosial, tempat atau lokasinya bisa dicari menggunakan google map sudah langsung menunjukkan lokasi dan fasilitas-fasilitas lainnya.

Keunggulan dari warung kopi ini yaitu kopi hitam dengan racikan sendiri yang menjadi andalan, konsep dari warung kopi ini masih sangat sederhana dengan mengutamakan pelanggan agar mereka bisa datang kembali. Tujuan warung kopi ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang suka kopi hitam terlebih juga banyak sekali peminat dikalangan para gamers seperti ML, PUBG dan FREE FIRE. Sejak berdiri hingga sekarang dalam hal profitabilitas memiliki perkembangan dan peningkatan. Akan tetapi produk kopi seperti Kopi TPK memiliki kendala dalam memasarkan produknya dikarenakan masyarakatnya pada umumnya lebih memilih kopi yang instan maupun kopi siap minum. Selain itu, kendala lainnya yang dialami dalam memasarkan kopi tersebut ke luar masih terbilang sangat sulit, karena setiap daerah sudah memiliki ciri kopi khasnya sendiri. Kurangnya promosi yang menyebabkan banyak

masyarakat di sekitar belum mengetahui adanya Kopi TPK. Selain itu, pengusaha kopi baik yang sudah dibidang berjalan cukup lancar maupun pengusaha yang baru bermunculan, hal tersebut menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Penelitian ini dilakukan agar bisa mengetahui faktor penghambat dan strategi pemasaran pada usaha Warung Kopi TPK. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pengelola usaha warung kopi dapat bersaing dengan warung kopi yang lainnya.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor penghambat dan strategi apa yang direncanakan untuk menarik pengunjung. Dalam usaha warung kopi suatu langkah-langkah sangatlah penting untuk memahami suatu tantangan yang harus dihadapi oleh bisnis tersebut. Setelah faktor-faktor penghambat diidentifikasi, merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dapat membantu mengatasi tantangan tersebut dan meningkatkan keberhasilan bisnis warung kopi. Bahwa kunci keberhasilan strategi pemasaran adalah konsistensi dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan.

C. Rumusan Masalah

1. Faktor-faktor apa yang menghambat penjualan pada warung kopi TPK?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang sesuai dengan warung kopi TPK agar menarik pengunjung?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat penjualan pada warung kopi TPK.
2. Menganalisis strategi pemasaran yang sesuai dengan warung kopi TPK agar menarik pengunjung.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pihak lain untuk menjelaskan tentang pola pelaku UMKM dalam mengimplementasikan tentang bauran pemasaran untuk mengembangkan usaha yang sedang dijalankan.

1. Manfaat Teoritis

Hasil peneliti ini dapat menerapkan ilmu yang sudah dipelajari saat di bangku perkuliahan, peneliti diharap dapat memberikan pemikiran sebagai solusi yang dapat dijadikan acuan dalam mempelajari tentang pemasaran khususnya pada penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*).

2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian ini agar dapat memberikan solusi bagi pelaku usaha untuk lebih memahami tentang bauran pemasaran sehingga dapat dijadikan masukan dalam mengembangkan usaha yang sudah dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, R., & Alsukri. (2022). *Manajemen Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng Baper Pekanbaru. Journal of Communication Management and Organization Juni, 1(1)*.
- Adhania, L. S. O. (2018). Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Warung Wedang Kopi Desa Karang Sari Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. *Warta Pengabdian, 12(1)*. <https://doi.org/10.19184/wrtp.v12i1.7465>
- Adiningrum, L., Yunanda, F., Angelita, T., Mulyaningsih, S., & Puspa, T. (2022). Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar. *Jurnal Ekonomi Trisakti, 2(2)*, 391-404.
- As'ad, M. H., & Aji, J. M. M. (2020). Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen kedai kopi modern di Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics), 13(2)*, 182-199.
- Dermawan, D., Lahming, L., & S. Mandra, M. A. (2018). Kajian Strategi Pengelolaan Sampah. *UNM Environmental Journals, 1(3)*. <https://doi.org/10.26858/uej.v1i3.8074>
- Hamzah, R. E., Manogari, R. R., & Shabrina, R. P. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Kaman Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Komunikata57, 1(1)*. <https://doi.org/10.55122/kom57.v1i1.119>
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *Balance Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, 4(1)*. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Imsar, I., Marliyah, M., & Harahap, F. H. (2021). Strategi Pemasaran Warung Kopi Di Kota Medan Dengan Game Theory. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 8(2)*.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 8(2)*, 105-126.
- Ismayantika Dyah Puspasari, & Zulistiani, Z. (2020). Peraturan Perpajakan PP Nomor 23 Tahun 2018 sebagai Suntikan Hormon bagi Pelaku UMKM (?). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 5(2)*. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14725>
- Kholik, N. S. (2018). Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop Starbucks di Mall Botani Square Bogor) (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah).
- Longdong, J. D., Kawengian, D. D., & Randang, J. L. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mengembangkan Kedai Trap Kopi Manado. *Acta Diurna Komunikasi, 3(4)*.
- Mardani, A. S. (2020). Strategi Marketing dalam Pengembangan UMKM Kopi Jetak Mentari Menurut Perspektif Syariah (Studi Kasus pada UMKM Kopi Jetak Mentari di Desa Kedungdowo) (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Moleong, L. J. (2019). Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Munarika, N. (2018). Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Anggota Penabung Dengan Akad Wadi'ah di Kantor Pusat Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung. *Skripsi*.

- Musa, B., & Rotinsulu, J. J. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi terhadap Omzet Penjualan Telur Ayam pada PT. Pandu Prima Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2017). *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), Cet. Ke-XIII, H.
- Nasution, K. N. (2016). Prediksi Penjualan Barang Pada Koperasi Pt.Perkebunan Silindak Dengan Menggunakan Metode Monte Carlo. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 3(4).
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Common*, 3(1). <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Reza, F. (2020). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Mengokohkan Citra Merek (Studi Deskriptif Kualitatif pada Warung Kopi Imah Babaturan di Kota Bandung). *Artcomm*, 3(1).
- Ridwan, K. (2021). Pengertian Studi Kasus: Jenis, Cara Membuat dan Contoh. In *Deepulish.Com*.
- Runtuwarouw, T. B. H., Jan, A. H., & Karuntu, M. M. (2022). Pelaksanaan Pengendalian Kualitas Pada Proses Produksi Minyak Kelapa Siip Di Pt. Multi Nabati Sulawesi Kota Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), 399-406.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S.. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1).
- Setia, A. & B. A. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pustaka Setia.
- Siregar, R. A. (2020). Penanganan Pembiayaan Bermasalah Mikro 75ib Di Bank BRI Syariah Kcp Rantau Prapat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Siti Hofifah. (2020). Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2). [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469)
- Sufrianto, S., & Danggi, E. (2022). Pengembangan Usaha Warung Kopi Menggunakan Kopi Lokal Daerah Sulawesi Tenggara. *Jurnal Sultra Sains*, 4(1). <https://doi.org/10.54297/sultrasains.v4i1.215>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1).
- Widhana, G. S., Supeni, R. E., & Reskiputri, T. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Tasbih Dan Gelang Di Desa Tutul. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1). <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2624>
- Widiastuti, H., Koagouw, F. V., & Kalangi, J. S. (2018). Teknik Wawancara Dalam Menggali Informasi. *Jurnal Acta Diurna*, 7(2).
- Widiyanti, S. D. (2020). Analisis Strategi Bisnis dengan Menciptakan Brand Awareness untuk Meningkatkan Customer Satisfaction (Studi Kasus KONNUKONI Kopi). *Journal of*

Chemical Information and Modeling, 53(9).