

## REFERENCES

- Asyik, M. N., Hubeis, M., & Muhandri, T. M. (2019). Prospek Pengembangan Minuman Teh Dalam Kemasan Merek Teh Asyik Berbasis Atribut Produk. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 14(2), 109-117.
- Juliani<sup>1</sup>, K. A. M., Harsojuwono, B. A., & Satriawan, I. K. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Minuman Barjaz Tea di Barjaz Company. *Jurnal REKAYASA DAN MANAJEMEN AGROINDUSTRI* ISSN, 5(4), 41-50.
- Kurniasih, D., Rochdiani, D., & Setia, B. (2020). Strategi Pemasaran Kedai Kopi Angkringan Irdan Coffee Di Desa Pakemitan Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(3), 729-738.
- Rambitan, D. Z., Laoh, E. O., & Rengkung, L. R. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Minuman Herbal Eufraino di Kota Manado (Development Strategy of EufrainoHerbal Drink Business in Manado City). *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)*, 1(3).
- Siagian, I. D. N., Bintoro, V. P., & Nurwantoro, N. (2020). Karakteristik Fisik, Kimia dan Organoleptik Teh Celup Daun Tin dengan Penambahan Daun Stevia (*Stevia rebaudiana* Bertoni) sebagai Pemanis. *Jurnal Teknologi Pangan*, 4(1), 23-29.
- Taufik, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Pada ES Teh Indonesia Cabang Lamongan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 247-250.
- Ulfah, Y. F. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Teh Hijau Celup Cap Dua Petani (Studi Kasus di Gapoktan Karya Mandiri Sejahtera, Desa Cibodas, Kecamatan Pasir Jambu, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 14(2), 198-211.
- Juliani<sup>1</sup>, K. A. M., Harsojuwono, B. A., & Satriawan, I. K. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Minuman Barjaz Tea di Barjaz Company. *Jurnal REKAYASA DAN MANAJEMEN AGROINDUSTRI* ISSN, 5(4), 41-50.

- Rambitan, D. Z., Laoh, E. O., & Rengkung, L. R. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Minuman Herbal Eufraino di Kota Manado (Development Strategy of EufrainoHerbal Drink Business in Manado City). *Journal of Agribusiness and Rural Development (Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Pedesaan)*, 1(3).
- Ulfah, Y. F. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Produk Teh Hijau Celup Cap Dua Petani (Studi Kasus di Gapoktan Karya Mandiri Sejahtera, Desa Cibodas, Kecamatan Pasir Jambu, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 14(2), 198-211.
- Taufik, M. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Pada ES Teh Indonesia Cabang Lamongan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 247-250.
- Lukito, W. (2021). PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MINUMAN OLAHAN KOPI MELLUI STRATEGI BRANDING (STUDI KASUS: LASKAR KOPI ARJASARI).
- Itan, S. L., Diani, F., Mawardi, R. M., & Rizkiyah, N. (2023). STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMKM MINUMAN JAHE MERAH INSTAN DWI DEWII DI KELURAHAN BENDO KOTA BLITAR. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 64-70.
- Shareen, S., & Andayani, N. R. (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.
- Dewi, P. N., Hendriyani, C., & Ramdhani, R. M. (2021). Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *JIP (Jurnal Industri dan Perkotaan)*, 17(2), 6-13.