

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Abdul, F., Massie, J. D. D., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Content Marketing, Search Engine Optimization Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Feb Unsrat Di E-Commerce Sociolla. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 225. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41752>
- Agung Sekarningrum, E. (2023). *Pengaruh kualitas produk kopi, lokasi, suasana dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian kopi di kedai kopi serab.*
- Aksara, P. T. B. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Bumi Aksara*.
- Amalia, G. P. (2017). Efektivitas Electronic Toll (E-Toll) Oleh PT. Jasa Marga Surabaya (Studi pada Gerbang Tol Otomatis Surabaya-Gempol). *Jurnal Mahasiswa Unesa*, 5(2).
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Astuti, M. D., Mutiara, R., & Sapruwan, M. (2024). *Pengaruh Income terhadap Keputusan Investasi Generasi Z melalui Perilaku Keuangan (Studi Kasus pada Generasi Z di Kabupaten Bekasi)*. 10(1), 64–69. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.1822>
- Aziza, D. A. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING, E-WALLET DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN “MENU AYAM” DI ERA

PANDEMI COVID-19 DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Empiris Pengguna Grabfood). *Universitas Muhammadiyah Magelang*.

- Bambang, H. (2019). Pengaruh Digital Payment Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 16(1), 77–92.
- Budianti, P. A. (2023). Tak Kalah Dari Kopi Vietnam, Ini 9 Jenis Sajian Kopi Khas dari Berbagai Daerah di Indonesia, Mana Favoritmu? *Innalar*.
- Chaffey, D. (2016). *Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice (Sixth Edit)*. Pearson Education Limited.
- Danutirta, R., & Setiawati, R. (2019). Teknik Pembuatan Perfect Espresso Pada Operasional Lobby Lounge, Redtop Hotel Jakarta. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 2(1), 15–17.
- Devita, M. (2017). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Di Resturant Alpha Hotel Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(2), 1–15.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. T. (2011). Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*.
- Durrotun Nabila, L., & Sulistyowati, R. (2020). PENGARUH DOMPET DIGITAL DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS FRANCHISE MINUMAN (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di Lippo Plaza Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8.
- Elbahar, C., & Syahputra. (2021). *THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING ON PURCHASE DECISIONS IN KADATUAN KOFFIE*.

- Elyan, M., Winarso, R., & Wibowo, R. (2022). Pembuatan Mesin Kopi Espresso Menggunakan Sistem Pneumatik. *Jurnal Crankshaft*, 5(1), 65–72. <https://doi.org/10.24176/crankshaft.v5i1.7574>
- Fauzi, A., Ashila Salwa, S., Safitri, A., Amelia, E., Julianti, C., & Fazriyah, S. N. (2023). *ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN* (Vol. 2, Issue 1).
- Ferdinand. (2002). Structural Equation Modelling (SEM) dalam penelitian manajemen. *Badan Penerbit UNDIP*.
- Ghozali, I. (2014). SEM metode alternatif dengan menggunakan Partial Least Squares (PLS). *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). Partial Least Squares konsep, metode dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 4.0. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*, 57.
- Gunawan, G. G., & Sulaeman, M. (2020). Determining Factors in the Use of Digital Marketing and Its Effect on Marketing Performance in the Creative Industries in Tasikmalaya. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(3), 2543–2550. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i3.1239>
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Vol. 8).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: a Global Perspective New Jersey: Pearson Prentice Hall*.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method). *Hidayatul Quran*.

Hootsuite. (2020). *Digital In 2020*. We Are Social.

Juliadi, D., Muzaifa, M., & Fadhil, R. (2021). Kajian Literatur Perkembangan Produk Olahan Kopi Arabika Gayo dengan Metode Penyeduhan Espresso. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 6(4), 462–466. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v6i4.18324>

Kim, J. H. (2018). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions: Evidence from B2B e-commerce. *Information Systems Frontiers*, 20(4).

Koiso-Kanttila, N. (2004). Digital content marketing. *Journal of Marketing Management*, 20(1–2), 45–65.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.

Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, eBook* (Global Edi).

Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>

Latan, H., & Ramli, N. A. (2013). The results of partial least squares-structural equation modelling analyses (PLS-SEM). *Available at SSRN 2364191*.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2011). *ECommerce: Business, Technology, Society*. Pearson.

Markič, O. (2009). Rationality and emotions in decision making. *Interdisciplinary Description of Complex Systems: INDECS*, 7(2), 54–64.

Masyithah, S. M., Adam, M., & Tabrani, M. (2018). Analisis Pengaruh Kompensasi, Kerjasama Tim dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja serta Dampaknya pada

- Kinerja Karyawan PT. Bank Muamalat Cabang Banda Aceh. *SI-MEN (Akuntansi Dan Manajemen) STIES*, 9(1).
- Mushoffa, A. S., & Fadli, U. M. D. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI LAWANG COFFEE. *JURNAL ECONOMINA*, 2(8), 1979–1987. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.700>
- Nabila, L. D., & Sulistyowati, R. (2020). PENGARUH DOMPET DIGITAL DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BISNIS FRANCHISE MINUMAN (Studi Pada Konsumen Minuman Chatime di Lippo Plaza Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1034–1040.
- Natalya, L., & Purwanto, C. V. (2018). Exploratory and confirmatory factor analysis of the academic motivation scale (AMS)–Bahasa Indonesia. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 22(1), 29–42.
- Nescafe. (2022). *Tips untuk Membuat Kopi Gula Aren ala Cafe*. <https://www.nescafe.com/id/artikel/tips-membuat-kopi-gula-aren>
- Nopendra, Wijaya, R., & Andharini, S. N. (2022). The Effect of Product Quality, Store Atmosphere, and Promotion on Purchase Decisions at Hagua Coffee Shop Malang. *Jamanika*, 02(02). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.20324>
- Nurhasanah, S., & Dewi, C. (2020). the Emergence of Local Coffee Shops in Indonesia As a Counter To American Culture Hegemony. *Rubikon : Journal of Transnational American Studies*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.22146/rubikon.v6i1.61485>

- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Ul'fah Hernaeny, M. P., Pratiwi, L., Wahyudin, M. P., Rukyhat, A., Yati, F., & Lusiani, S. P. (2021). Pengantar Statistika 1. *Media Sains Indonesia*.
- Octafiany, D. N., & Nurfebriaraning, S. (2021). Pengaruh Content Marketing di Media Sosial Instagram terhadap Sikap Konsumen dalam Pembelian Produk Sepatu Compass. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8924–8934.
- Pasolong, Dr. H. (2023). Teori Pengambilan Keputusan. In *Penerbit Alfabeta, Bandung* (x).
- Phonthanukitithaworn, C. (2016). An investigation of mobile payment (mpayment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 37–54.
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Riani, A., & Willy, S. (2019). Cerita Akhir Pekan: Asal-usul Kopi Susu Kekinian. *Liputan6*.
- Rusharijanto, R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram @Bukalapak Terhadap Keputusan Pembelian Online di Aplikasi Bukalapak. *Jurnal Ilmu Sosial*.
- Saputra, I. P. (2019). *ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT PADA MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA*.
- Saragih, I. D., Tonapa, S. I., Advani, S., Batubara, S. O., Suarilah, I., & Lin, C. J. (2021). Global prevalence of mental health problems among healthcare workers during the Covid-19 pandemic: A systematic review and meta-analysis. *International Journal of Nursing Studies*.
- Schneider, G. (2011). *Electronic Commerce. Course Technology, Cengage Learning*.

- Selly, & Sutrisna. (2022). *Pengaruh Suasana Toko, Kesadaran Merek Dan Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Cara Loe Buat Kopi “Kopi Clbk”)* (Vol. 1, Issue 2).
- Setyawan, F. E. B. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian:(statistika praktis). Zifatama Jawara.*
- Sihotang, J. S. (2022). *Bayar Belanja Negara, Pakai Digipay Aja! Jurnal Pengadaan Indonesia, 1(1), 1–6.*
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (8th ed.). Routledge.
- Stekom, U. (2023). *Kopi Susu Gula Aren. Ensiklopedia Dunia.*
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Edisi 1). Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*
- Supriatna, A., Gustian Anugrah, T., & Nuraidah. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna ShopeePay Pada Masyarakat Kabupaten Karawang. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember, 8(24), 78–85.*
- Suryanto, Muhyi, H. A., & Kurniati, P. S. (2022). *USE OF DIGITAL PAYMENT IN MICRO, SMALL AND MEDIUM BUSINESS.*
- Syahadat, I, N. (2018). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA STARBUCKS COFFEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Starbucks Coffee di Bandung) THE EFFECT OF*

EXPERIENTIAL MARKETING AS A MARKETING STRATEGY ON COFFEE STARBUCKS ON PUR. 4(1), 42–62.

Syaifudin, A., & Sagoro, E. M. (2017). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi, 5(8)*.

Yulianto, N. A. B., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Metode Penelitian Bisnis (Vol. 1)* (U. Percetakan, Ed.). Penerbitan Polinema.

