

REFERENCE

- Alfiyah, S., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970-985. Retrieved from <https://journal.laaroiba.ac.id/index.php/reslaj/article/view/2136>
- Alita, D., Putra, A., & Darwis, D. (2021). Analysis Of Classic Assumption Test And Multiple Linear Regression Coefficient Test For Employee Structural Office Recommendation. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 15(3), 295~306. Retrieved from <https://jurnal.ugm.ac.id/ijccs/article/view/65586>
- Ananda, N. (2021). *Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dua Coffee Fatmawati*. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/3282/>
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar dengan Software R. *Jurnal BUDIMAS*, 3(2), 327-334. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/JAIM/article/view/2412>
- Budiono, A., & Siregar, O. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Minum Kopi Medan Johor. *Mufakat (Jurnal Ekonomi*,

- Manajemen Dan Akuntansi*), 2(4), 376–386. Retrieved from <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/884>
- Chandra, E. (2023). *The Influence Of Product Differentiation, Price And Facility On Customer Purchase Decision At Piutime, Medan*. Skripsi, Universitas Pelita Harapan. Retrieved from <http://repository.uph.edu/57448/>
- Choti, K. (2021). *Pengaruh Individual Learning Orientation Terhadap Individual Innovative Behavior Yang Dimediasi Oleh Work Group Cohesion Pada Student Union Jurusan International Business Management Di Universitas Ciputra*. Skripsi, Universitas Ciputra. Retrieved from <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/4267>
- Dharma, C., & Hawignyo, H. (2022). Analisis Pengaruh Atmosfer Cafe Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coffe pada Masyarakat Karawang. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(1), 369-371. Retrieved from <http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/334>
- Fatmawati, R. (2021). *Pengaruh Digital Marketing dan E-WOM Promotion Terhadap Repurchase Intention Dengan Trust in Store Sebagai Variabel Intervening*. Thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Retrieved from <http://repository.unissula.ac.id/24666/>
- Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV. Hira Tech.
- Hamid, A., Mufidah, E., & Ghifary, M. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Teknologi Terhadap Customer Experience (Pengalaman Pelanggan) Di Tempat Percetakan Al-Fatih Di Desa Wates Kecamatan Lekok Kabupaten

- Pasuruan. *Triwikrama (Jurnal Ilmu Sosial)*, 1(9), 120-130. Retrieved from <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/364>
- Handika, R., Sudirman, R., & Purnomo, T. (2023). Strategi Digital Marketing, Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Erenka Cafe and Space Glenmore). *JEBMASS (Journal of Economics, Business, Management, Accounting and Social Sciences)*, 1(3), 97-105. Retrieved from <https://ojs.putrajawa.co.id/index.php/jebmass/article/view/26>
- Hermawan, F. (2020). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi)*. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/1738/>
- Hodijah, C., Wiyata, M., & Wijaya, Z. (2023). Pengaruh Harga, Digital Marketing Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Coffee Cirenggot. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 6(4), 696-706. Retrieved from <https://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/291>
- Kartika, R., Aryati, I., & Widayanti, R. (2019). Pengaruh Brand Image , Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), 14-22. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/406>
- Kurniawan, D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME*

- (*Journal of Management*), 5(1), 348-358. Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1492>
- Lie, R. (2021). *Peningkatan Pemasaran Harvies Coffee Shop Banda Aceh Melalui Digital Marketing*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh. Retrieved from <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/21380/1/Raudhatul%20hasanah%20lie,%20170401014,%20FDK,%20KPI,%20085161763993.pdf>
- Mauldy, I. (2020). *Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)*. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/1667/>
- Mursyid, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Pengambilan Keputusan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Real Cafe Di Makassar*. Thesis, Universitas Negeri Makassar. Retrieved from <http://eprints.unm.ac.id/11044/>
- Nurjanah, I., Putri, Y., & Hermawan, H. (2019). Peran General Store Section Dalam Mendukung Mutu Pelayanan Usaha Hotel. *Jurnal Media Wisata*, 17(1), 1123-1131. Retrieved from <http://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS/article/view/148>
- Ong, C., & Woon, S. (2018). The Influence of Advertising Media towards Consumer Purchasing Behavior in the Food and Beverage Industry in Malaysia. *International Journal of Human Resource Studies*, 8(2), 148-163.

- Retrieved from
<https://www.macrothink.org/journal/index.php/ijhrs/article/view/12877>
- Pamungkas, H. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Tuku*. Skripsi, Universitas Pembangunan Jaya. Retrieved from <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4358/>
- Priscelia, A. (2022). *Penerapan Digital Marketing Melalui Social Media Pada Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) UD. Vira Jember*. Skripsi, Universitas Jember. Retrieved from <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/110909>
- Rachelle. (2022). *The Influence Of Store Atmosphere, Instagram Social Media Promotion, And Electronic Word Of Mouth On Customer Purchasing Decision At Cow & Co Steakhouse, Medan*. Skripsi, Universitas Pelita Harapan.
- Rahmat. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Café Di Kota Palopo*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palopo. Retrieved from <http://repository.umpalopo.ac.id/2448/>
- Rauf, A., Manullang, S., Ardiansyah, T., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., . . . Yahawi, S. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Rini, G., & Ferdinand, A. (2021). Customer Centric in Hospitality Industry: a Systematic Literature Review and Future Research Direction. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 12(1), 88-101. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/27661>

- Ritonga, W., & Ganyang, M. (2019). The Dynamic of Consumer Behavior, Consumer Decision, Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty on Sipirock Coffee Jakarta. *Archives of Business Research*, 7(12), 332-340. Retrieved from <https://journals.scholarpublishing.org/index.php/ABR/article/view/7523>
- Sagita, G., & Wijaya, Z. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 1(3), 24-31. Retrieved from <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/37>
- Sandy, T. (2021). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Febby Fashion Cimahi*. Skripsi, Universitas Komputer Indonesia. Retrieved from <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5147/>
- Septian, B., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 16-33. Retrieved from <https://bisnisan.nusaputra.ac.id/article/view/45>
- Simaremare, A., & Nasution, M. (2023). Pengaruh Pengenaan Pajak Restoran, Harga, Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cafe Eskrimo Surabaya. *JBMA (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(2), 186-196. Retrieved from <http://jurnal.stibsba.ac.id/index.php/jbma/article/view/172>
- Stratton, S. (2021). Population Research: Convenience Sampling Strategies. *Prehospital and Disaster Medicine*, 36(4), 373-374. Retrieved from

<https://www.cambridge.org/core/journals/prehospital-and-disaster-medicine/article/population-research-convenience-sampling-strategies/B0D519269C76DB5BFFBFB84ED7031267>

- Sudirjo, F., Sutaguna, I., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma Bandung Purchase Decisions. *Inisiatif (Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen)*, 2(3), 27-36. Retrieved from <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/view/989>
- Sugiharto, T., Nersiwad, & Kasnowo. (2022). Pengaruh Digital Marketing Instagram Dan Cafe Atmosphere Terhadap Minat Kunjungan Pada Cafe Gartenhutte Trawas-Mojokerto. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 3135-3142. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/2903>
- Sutisna, I. (2020). *Statistika Penelitian : Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. Universitas Negeri Gorontalo. Retrieved from https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/4610/Teknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantitatif.pdf
- Tiara, N., Hartika, L., & Wiriana. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Coffee Shop Di Kintamani Di Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Pendekatan Model Tingkah Laku Kerby. *Prosiding SINTESA*, 4(1), 81-90. Retrieved from <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/sintesa/article/view/1679>
- Titing, A., Ismanto, I., & Wahyuni, T. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe The Scoop Di

- Kabupaten Kolaka. *Transformasi (Journal of Economics and Business Management)*, 2(4), 105–118. Retrieved from <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/Transformasi/article/view/1117>
- Ulvania. (2022). *Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Guru Dan Staf Tata Usaha (Studi Kasus Pada Mtsn 10 Tanah Datar Kecamatan Sungayang)*. Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta. Retrieved from <http://repository.stei.ac.id/7936/>
- Utari, N. (2022). *Pengaruh Servicescape dan Variasi Produk terhadap Minat Beli pada Gong Restoran Jatiluwih*. Skripsi, Universitas Mahasaraswati Denpasar. Retrieved from <https://eprints.unmas.ac.id/id/eprint/1983/>
- Veleva, S., & Tsvetanova, A. (2019). Characteristics Of The Digital Marketing Advantages And Disadvantages. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1(1), 1-9. Retrieved from <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/940/1/012065/meta>
- Wartono, T., & Sudaryana, B. (2020). The Assesment Of Leadership Style, Competence, Motivation, And Compensation To Employee Performance. *Indonesian Journal of Social Research*, 2(1), 76-87. Retrieved from <https://iojs.unida.ac.id/index.php/IJSR/article/view/21>
- Wijaya, Z., & Sanusi, F. (2021). Pengaruh Customer Experience, Location Dan Product Diversity Terhadap Repurchase Intention. *CAKRAWALA – Repositori IMWI*, 4(2), 207-217. Retrieved from <https://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/86>

Yanti, K. (2019). *Pemediasian Entrepreneurial Competence Pada Hubungan Entrepreneurial Skill Dan Individual Performance Mahasiswa Program Studi IBM-RC Universitas Ciputra Angkatan 2016*. Thesis, Universitas Ciputra. Retrieved from <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/2750>

