

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, ... Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed., Vol. 1). Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zani.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G., Aslindar, D. A., ... Wicaksono, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Retrieved from Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia website: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Bambang, D. A., Jarkawi, S., Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina, T., Peny, L., ... Dharta, Y. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed., Vol. 1). Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Bazi, S., Filieri, R., & Gorton, M. (2023). Social Media Content Aesthetic Quality and Customer Engagement: The Mediating Role of Entertainment and Impacts on Brand Love and Loyalty. *Journal of Business Research*, 160. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113778>
- Bukhari, F., Hussain, S., Ahmed, R. R., Mubasher, K. A., Naseem, M. R., Rizwanullah, M., ... Ahmed, F. (2023). Consumers' purchase decision in the context of western imported food products: Empirical evidence from Pakistan. *Heliyon*, 9(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20358>
- Bukran, Ramdani, R., & Irzani, M. A. Z. (2024). Dampak Testimoni Terhadap Keputusan Berbelanja pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Mataram. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 794–805.
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2019). Understanding the Effect of *Social media marketing* Activities: The Mediation of Social Identification, Perceived Value, and Satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 22–32. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.11.025>
- Edi, D., Djajalaksana, Y. M., & Kasih, J. (2023). Analisis Faktor Promosi Online Instagram yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kuliner. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 9(1), 39–41. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v9i1.5694>
- Elvera, & Mico, S. (2021). Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Online Grab di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 29–43.

- Fachmy, R. N., & Rasmini, M. (2023). Pengaruh Content Marketing Pada Instagram Pegipegi Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7557–7559.
- Fauziah, N., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Pengaruh Konten Digital Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Di Tiktok Shop Pada Mahasiswa Program Studi Di Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4854/http>
- Fauziyah, D. A. (2023). Peran Karyawan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen di Coffeeshop Janji Jiwa Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(24).
- Fawzi, M. G. H., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi* (1st ed.). Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Felix, A., Livaro, I., Young, F. M., Wijaya, W., Jonathan, A., & Celvine. (2023). Analisis Penggunaan *Social media marketing* dan Influencer Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Gelato dengan Konsep Unik. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 279–287.
- Fitriani, D. (2023). Eksistensi Budaya Minum Kopi dari Era Kolonial hingga Era Modern. *Daya Nasional Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 116–118. <https://doi.org/10.26418/jdn.v1i3.70369>
- Gde Dhika Widarnandana, I., & Rai Hardika, I. (2024). Career Adaptation Dynamics For Fatherless Generation Z In Denpasar City. *Agustus*, 3(2). Retrieved from <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakasakti/index>
- Gohae, M., Dakhi, P., & Duha Timotius. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Anisa Kecamatan Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (1st ed.). Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia. Retrieved from www.institutpenulis.id
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of *Social media marketing* Features on Consumer's Purchase Decision in the Fast-Food Industry: Brand Trust as a Mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2, 5–8. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial* (1st ed.). Daerah Istimewa Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., ... Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed.). Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.

- Haryono, S. (2020). *Statistika Penelitian Bisnis & Manajemen* (1st ed.). Yogyakarta: LP3M UMY.
- Hasniaty, Harto, B., Istiono, W., Munawar, Z., Waworuntu, A., Hapsari, M. T., ... Permana, A. A. (2023). *Social Media Marketing* (1st ed.). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Heryanto, Jurwani, Rochani, & Putra. (2020). Analysis Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(1), 68–80.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., & Musfirowati, I. (2021). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Jamaluddin. (2020). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Ulang Produk IM3 OOREDOO di Kota Banjarmasin. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 69–80. <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2474>
- Li, L., Zhang, J., & An, X. (2023). Using Social Media for Efficient Brand Marketing: An Evaluation of Chinese Universities using Bilibili. *Socio-Economic Planning Sciences*, 88. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2023.101645>
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta: IDEA Press.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, ... Beribe, M. F. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (1st ed.). Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Lumajang: Widyagama Press.
- Pemerintah Kota Surabaya. (2020). Data Usaha Pariwisata Kafe Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya. Retrieved March 12, 2024, from <https://www.surabaya.go.id/uploads/attachments/2020/8/51023/kafe.pdf?1597724690>
- Pramudyana, A., & Prabowo, B. (2023). *Dampak Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Bisnis Fashion*. 1(3), 73–80. <https://doi.org/10.54066/jkb.v1i3.537>
- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instragram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 239–252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS -SEM)* (1st ed., Vol. 1; D. R. Rahadi, Ed.). Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Madani.

- Rahmah, S. N., Igo, A., & Ilham. Muh. (2022). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Roti Sultan di Kelurahan Kadia. *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 7(4), 84–89.
- Ramadhani, R. G., Shofa, M. J., Wajdi, F., & Sahrupi. (2023). *Strategi Product Bundling Dengan Pendekatan Market Basket Analysis dan Cost Plus Pricing Pada Kedai Kopi*. Jakarta. Retrieved from <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Rauf, A., Manullang, S., Tri, M., Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., ... Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi* (1st ed.). Cirebon: Insania.
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(2).
- Rohminiati, Kifti, W. M., & Rahayu, E. (2024). Peranan CRM Dalam Pemasaran Dan Peningkatan Penjualan Pada Distro N+2 Fashion. *Journal of Science and Social Research*, 7(1).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Saputri, D. A., & Setyawati, H. A. (2020). Analisis Pengaruh Beauty Vlogger Sebagai Reference Group, Lifestyle dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy (Studi pada Mahasiswi STIE Putra Bangsa Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(5), 788–801.
- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Buku Ajar Digital Marketing* (1st ed.). Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Sari, W. E., & Suci, N. M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 129–134.
- Simange, C., Tawas, H. N., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfamidi Kec. Tobelo Tengah. *Jurnal EMBA*, 11(3), 761–771.
- Singh, P. (2024). Beyond the Basics: Exploring the Impact of *Social media marketing* Enablers on Business Success. *Heliyon*, 10(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e26435>
- Sutrisno, E. (2022, March 21). Semerbak Harum Industri Kopi Indonesia. Retrieved May 10, 2024, from Portal Informasi Indonesia website: <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/4481/semerbak-harum-industri-kopi-indonesia?lang=1>
- Toffin Indonesia. (2020, November 12). Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia.” Retrieved from Toffin Insight website:

<https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/>

Witarsana, I. G. A. G., Pramana, I. D. P. H., Prabawati, N. P. D., Puja, I. B. P., & Pinatih, I. M. D. P. (2022). Pengaruh Sales Promosi dengan Price Bundling terhadap Keputusan Pembelian Masa Pandemi Covid 19 di Bali. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 6(2), 89–109. <https://doi.org/10.32487/jshp.v6i2.1445>