**DAFTAR PUSTAKA**

Abbas, A. E. (2017). Literature Review of a Cashless Society in Indonesia: Evaluating the Progress. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 193–196.

Ango, F. F. (2023). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Produk, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Upcoffee Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 1171-1177.

Ann, S. &. (2019). The influence of liquidity, profitability, intensity inventory, related party debt, and company size to aggressive tax rate. *Archives of Business Research*, 105-115.

Assauri, S. (2017). *Manajemen pemasaran : dasar, konsep & strategi Edisi 15.* Jakarta: Rajawali pers.

cimbniaga. (2024, 6 15). *inspirasi/gayahidup/apa-saja-alat-pembayaran-non-tunai*. Retrieved from https://www.cimbniaga.co.id/id/: www.cimbniaga.co.id/id/

Dewi, I. T. (2016). engaruh Customor exsperience (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantauprapat. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 93-103.

Esposito, V. e. (2010). *Handbook of Partial Least Square.* Berlin: Springer Verlag Berlin Heidelberg.

Fauzi, A. P. (2017). Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 40-47.

Febrini, I. Y. (2019). Pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1), 35-54.

Ghozali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10.* Universitas Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gonie, L. C. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Dan Kopi Chamar Kawangkoan. *Jurnal EMBA*, 224–232.

Gulfraz, M. B. (2022). nderstanding the impact of online customers’ shopping experience on online impulsive buying: A study on two leading E-commerce platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68, 103000.

Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing.* Padang: PT Inovasi Pratama Internasional. .

Haryono, S. (2017). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS.* Jakarta: PT. Intermedia Personalia Utama.

Hendro, Y. &. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 331-346.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.* Surabaya: Unitomo Press.

Jogiyanto, A. d. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Ed.1.* Yogyakarta: ANDI.

Kanuk, S. &. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7).* Jakarta: Prentice Hall.

Kotler, P. d. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. K. (2022). *Marketing Management Sixteenth (16th ed.).* United Kingdom: Pearson Education Limited.

Liana, J. A. (2017). Hubungan Antara Intensitas Komunikasi dengan Komitmen Pada Pasangan yang Menjalani Hubungan Berpacaran. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 85.

Manullang, Y. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Brizzi Bank Rakyat Indonesia Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 1(1), 1-15.

Manunggal, D. R. (2024). PENGARUH SERVICE QUALITY, CORPORATE IMAGE, DAN TRUST TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA PT ANDALAN PACIFIC SAMUDRA. *JUTRANIS*.

Oktaviani, N. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Fathromy dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram.* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta): UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Priyanto, A., & Hasmarini, M. I. (2023). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, PROMOSI, HARGA DAN PENGGUNAAN QRIS (QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA PADA COFFEE SHOP BENTO KOPI UMS . *(Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*.

Pujiawati, S. &. (2020). Pengaruh Customer Experience, Customer Satisfaction, Dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Pada Armor Kopi Bandung. *e-Procedding Of Management*, Vol.7 No.2, 2.

Purnomo, I. d. (2021). *Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek.* Bandung: Media Sains Indonesia.

Rahmawati, P. (2020). PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG ROTI BREADTALK YOGYAKARTA. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

Senjaya, V. (2013). Pengaruh customer experience quality terhadap customer satisfaction & customer loyalty di kafe excelso tunjungan plaza surabaya: perspektif b2c. *Jurnal Strategi Pemasaran*.

Sentiya, N. &. (2023). Analisis Implementasi Penggunaan Teknologi Quick Response Indonesian Standar Pada UMKM (Studi Kasus di Warung Kopi Liber. Co Poltesa). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 3(1), 93-99.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: ALFABETA .

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta .

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *etode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alphabet.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran, ed. 3.* Yogyakarta: Andi.

Upayani, N. K. (2019). Pengaruh Unsur-Unsur Customer Experience Terhadap Minat Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Konsumen Anomali Coffee Ubud). *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 8(1), 39-48.

Vito, M. N. (2024). Analisis Atmosfer Café dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian di Coffee Shop Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(2), 166-172.

Wardani, A. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1370-1379.

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan.* Jakarta: Kencana.