

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). pengaruh Customer experience (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). Understanding 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-Proceeding 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.