

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah A., M. Y. (2021). Peningkatan Kinerja Pegawai Melalui Motivasi, Budaya Kerja Dan Fasilitas Pada Dinas Pendidikan Dan Kebudayaan Kabupaten Bireuen. *Almuslim Journal Of Education Management*, 1(2), 91–103.
- Abdullah, M. A. F. (2025). Manajemen Pemasaran. *Eureka Media Aksara*, 1–23.
- Afriyanti, N. (2025). Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Umkm . Karena Literasi Digital Dan Kualitas Sumber Daya Manusia Pelaku Umkm Saat Ini Menjadi Solusi Utama Dalam Menghadapi Tantangan Era Digital . Pentingnya Inovasi Dalam Mengembangkan Bisnis Umkm Agar Meni. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal Of Economics And Business*, 5(2), 4626–4631.
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting And Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Aisyah, S., & Harto, B. (2024). Analisis Customer Journey Dalam Meningkatkan Customer Experience Pelanggan Di Fore Coffee Shop Yang Berbasis Teknologi. *Ekoma : Jurnal Ekonomi*, 3(3), 971–986. <https://doi.org/10.56799/ekoma.V3i3.3198>
- Andriani, A., Hariasih, M., & Sukmono, R. A. (2024). Influencer Marketing, Personal Branding Image, And Affiliate Marketing Against Tiktok Shop Consumer Impulsive Buying. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(4), 10428–10504. <https://doi.org/10.31539/costing.V7i4.10864>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, 2013.
- Atmodjo, N. E. H. (2025). Customer Experience Terhadap Consumer Repurchase Intention Café 4x4 Coffee Samarinda Kota , Kabupaten Kutai Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi). *Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(1), 3205–3229.
- Ayesha, Shakira, M. M. (2025). Pengaruh Customer Experience , Brand Trust Dan Perceived Value Dalam Menciptakan Customer Loyalty Di Era Digital. *Paradoks Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 963–974.
- Bangun, N., Carlos, D., Pardede, G., Karo, S. B., Wirasati, W., & Natty, Z. (2024). Pengaruh Brand Personality Melalui Instagram @ TomoroCoffee . Id Terhadap Brand Trust Dan Brand Affect Konsumen Pada Tomoro. *Jppi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(4), 1010–1026.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty? *Journal Of Marketing*, 73(3), 52–68. <https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52>
- Chlorella Tama, E., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Variasi Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Board Games Cafe Batam. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 7(1), 859–868.
- Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, 7(1), 778–789.

<https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1412>

- Dwi, S., & Sarah, S. (2025). Pengaruh Brand Image , Aktivitas Pemasaran , Dan Customer Engagement Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rabbani Cabang Kopo Di Bandung Abstrak. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi) Available*, 11(1), 445–459.
- Farhan, M., Apriliyani, S., Aulia, U. W., & Suyatna, R. G. (2023). *Strategi Branding Dan Diferensiasi Pada Cafe Tomoro Coffee Kota Serang Untuk Meningkatkan Daya Saing*. 1(1), 126–131.
- Fauziyah, S., Siringoringo, S., Kurniawan, Y., & Irfan Nasution, M. (2023). The Influence Of Customer Experience And E-Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As An Intervening Variable. *Medan International Conference Economics And Business*, 1(January), 2247–2256.
- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dengan Sem : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis Dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fuad Luthfi, M. Sanusi Helmi, M. N. R. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Customer Experience Dan Perceived Quality Terhadap Repurchase Intention Pada Perusahaan Tenun Setia Cap Cili Gianyar. *E-Jurnal Manajemen*, 5(2), 25–33.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Up Date Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 Edisi 9*. Badan Penerbit - Undip. <https://doi.org/979-704-015-1>
- Gitama, G. N. D. P., Fariza, M., Kartika, I., & Amroni, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Digit*, 13(2), 165. <https://doi.org/10.51920/Jd.V13i2.352>
- Hafidz, G. P., & Tunisa, S. S. R. (2023). The Influence Of Social Media Marketing Activities , Perceived Value , And Customer Experience On Skincare Customer Behavior Through Relationship Quality. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 352–359.
- Haikal, M. A. (2024). Pengaruh Social Media Marketing , Customer Experience Dan Brand Awareness Terhadap Kepuasan Mengingat. *Human Capital Development*, 11(2), 1–14.
- Hannan, S., Piramita, S., & Purba, J. H. V. (2023). A Digital Marketing Strategy Using Social Media Marketing To Increase Consumer Purchase Decisions Mediated By Brand Perception. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 818–829. <https://doi.org/10.21776/Ub.Jam.2023.021.03.18>
- Hery Purnomo, Y. N. (2024). The Impact Of Branding, Advertising, And Social Media Marketing On Consumer Purchase Intention, Brand Loyalty, And Brand Equity In The Indonesian Market. *Journal Of Management And Bussines*, 15(1), 37–48.
- Irdasyah, R. R. (2021). The Influence Of Social Media Marketing Activities On Purchase Intention Through Brand Awareness. *Kne Social Sciences*, 2007, 402–416. <https://doi.org/10.18502/Kss.V5i8.9361>
- Kotler Philip Dan Keller Kevin. (2021). *Marketing Management* (16th Ed.). Pearson Education, 2021.
- Kristanti, M. M. (2022). Analisis Pengaruh Ethical Marketing, Customer Experience, Servqual, Terhadap Customer Trust, Customer Engagement, Customer Loyalty Umkm

- Online. *Prosiding Serina*, 2(1), 271–282.
- Laras Gemi Nestiti, Yusmar Yusuf, & Resdati. (2022). Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup The Leisure Class Pada Generasi Z Di *Coffee Shop Ugoku.Co* Dan Titik Kumpul *Coffee* Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 2599–2608. <https://doi.org/10.53625/Jcijurnalcakrawalailmiah.V1i10.2591>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Maghfirotul Kholifah, Ayun Maduwinarti, & Awin Mulyati. (2023). Viral Marketing Social Media Dan Physical Evidence Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Gacoan Di Surabaya Timur. *Sosialita*, 1669–1678.
- Maharani, S., & Nazmah, N. (2023). Efektifitas Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Kel. Siti Rejo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(3), 357. <https://doi.org/10.32493/Jpkpk.V6i3.30742>
- Makahimpong, W. K. N. (2023). Pengaruh Integrated Marketing Communication , Customer Experience Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Pada Lazada Indonesia. *Universitas Sam Ratulangi*, 4(5), 499–506.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indomedia Pustaka, 2016.
- Musari, F. F., Hardilawati, W. L., & Akhmad, I. (2023). Pengaruh Customer Experience, Nilai, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Point *Coffee* Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka Emba*, 2(1), 347–356.
- Narbuko, Cholid., Achmadi, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. Bumi Aksara, 2015.
- Nurlinda Sari, Risky Laras Syari, Rio, Humairo, & Abdul Pandi. (2025). Strategi Pemasaran Yang Efektif Untuk Umkm Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.58540/Jipsi.V4i1.787>
- Prameswari, S. E. (2021). Strategi Peningkatan Brand Awareness *Palette Coffee & Space* Pada Segmentasi Generasi Z Di Kota Semarang, Jawa Tengah Sebagai Media Planner, Finance, Dan Pic Program. *Undip E-Journal*, 11(1), 1–14.
- Pratama, R., & Adriyanto, A. T. (2023). Pengaruh Customer Experience Dan Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Pelanggan Di Bengkel Ravi Motor Juwana-Pati. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 241–250.
- Putra, C. P. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Cafe Lokal : Studi Kasus Penggunaan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness Dan Penjualan. *Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8, 281–292.
- Rafika, S. S., & Satria Bangsawan. (2023). The Influence Of Social Media Marketing And Customer Engagement On *Els Coffee's* Brand Awareness As A Pioneer Of Lampung's Leading *Coffee*. *Journal Of Finance And Business Digital*, 2(4), 485–498. <https://doi.org/10.55927/Jfbd.V2i4.7362>
- Ratnawili, R., Fitri, M. A., & Arini, E. (2022). Pengaruh Service Excellence, Customer Experience Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Pengguna Jasa Grab Di Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam*

- (*Jam-Ekis*), 4(2), 394–407. <https://doi.org/10.36085/Jam-Ekis.V4i2.3118>
- Santoso, R. P., Irawati, W., & Laili, C. N. (2024). Literature Review: Implementasi Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Manajemen Pemasaran. *Bima : Journal Of Business And Innovation Management*, 6(3), 409–416. <https://doi.org/10.33752/Bima.V6i3.6739>
- Sari, D. P., Sutrisno, & Sijabat, R. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Layanan Perjalanan Pariwisata “Abrisam Tour.” *Journal Of Management And Social Sciences (Jimas)*, 3(2), 92–104.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Sekarwangi, P. T. C., Prawira, S. A., & Permana, E. (2022). Strategi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi *Coffee Shop*. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 13(2a), 15–27. <https://doi.org/10.47927/Jikb.V13i2a.362>
- Sonani, N., & Sudrajat, A. P. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Brand Awareness Nia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 222–230.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D)* (4th Ed.). Alfabeta 2019.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Emba*, 9(4), 304–313.
- Sutrisno. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Dan Customer Brand Engagement Dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 223–233. <https://doi.org/10.37012/Ileka.V5i1.2180>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian* (Cetakan Pe). Yogyakarta : Andi, 2014.
- Wardah, R. A., Saroh, S., & Zunaida, D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Cafe Kriwul *Coffee*. *Jiagabi*, 10(2), 219–225.
- Winarni, E. Widi. (2018). *Teori Dan Praktek Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, R&D* (R. A. Kusumaningtyas (Ed.)). Bumi Aksara, 2018.
- Wiratna Sujarweni, V. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami/V. Wiratna Sujarweni* (Cetakan Pe). Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2014.