

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriyati. (2025). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Fafe Kitchen. *Sustainability (Switzerland)*, 8(2), 1–14. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Alia Candra Devi, & Uus MD Fadli. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk E- Commerce Shopee Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal of Student Research*, 1(5), 113–123. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5.1628>
- Arlinda, S., & Hendro, J. (2023). Penerapan Digital Marketing Dalam Menarik Minat Beli Produk UMKM Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat. 7(2), 184–192.
- Arvy Ginting, R., Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Primananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 986–992. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.198>
- Azwar, A., Windi Ani, N., & Tauhidta Arla Putri, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1383–1395. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1751>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Chakti, A. G. R., Ansyar, & Albar. (2023). Pengembangan Digital Marketing Pada Agroindustri Kopi. *Resona: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 36–44.
- Diputra, P. D. D., Suardhika, I. N., & Atmaja, N. P. C. D. dewi. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Variasi Produk, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PESSO Cafe Sanur. *Jurnal Bakri Saraswati (JBS)*, 14(1), 8–19. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/baktisaraswati/article/view/11547>
- Ferdiana, A. S., Hariawan, F., Adi, B., Pgri, U., & Buana, A. (2023). Pengaruh Inovasi Produk , Harga , dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Mie Jontor di Jl . Raya Sawen Tanjung Gresik. 4(2), 29–38.
- Herlina, M. (2023). Pengaruh Penerapan Sistem Pemungutan Pajak , Pelayanan Pajak , Peraturan Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan di Kecamatan Periuk.

*Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).

- Indah Kusuma Dewi, Muh. Rezky Naim, N. A. (2025). *Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sapo Puding Cunit's Mamuju*. 8. <https://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/1454>
- Intan Nurhayati, B. M. N. (2023). *Pengaruh Suasana dan Persepsi Harga dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian di Pomelo Cafe & Resto Kuningan Program Studi Manajemen Perhotelan , Universitas ASA Indonesia \* Corresponding email : intannurhayati65@gmail.com This re. 7(2)*, 1–14.
- Kholif. (2025). *No PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE FAFE KITCEHN* 6. <https://www.city.kawasaki.jp/500/page/0000174493.html>
- Latola, F. Z., Mandey, S. L., & Lintong, D. C. A. (2025). Pengaruh Digital Marketing Inovasi Produk dan Brand Equity terhadap Keputusan Konsumen Kopi Kenangan di Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(1), 67–78.
- Maulidia, G., & Ratnasari, I. (2024). *Analisis Komparatif Strategi Digital Marketing terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab di Kabupaten Karawang*. 12(01), 51–57.
- Prasetyo, T. (2025). Pengaruh Promosi , Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' sas Cafe & Resto Kalianda. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1–12.
- Pratama, Y. W., & Budiarti, A. (n.d.). Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Pt . Pos Indonesia Cabang Surabaya Selatan ( Persero ). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 13 No*, 4.
- Produk, P. K., & Produk, I. (2023). *Pengaruh kreativitas produk, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja ukm*. 05(01), 185–194.
- Puspitaningrum & Damanuri. (2022). Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(2), 289–304.
- Rahayu, M. P. (2024). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KULINER ANGKRINGAN DENGAN BRAND IMAGER MELALUI DIGITAL MARKETING (Studi Kasus Angkringan Horor Desa Selanegara Kec. Sumpiuh)*. [https://repository.uinsaizu.ac.id/26659/1/MEKAR\\_PAMUJI\\_RAHAYU\\_1917201156.pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/26659/1/MEKAR_PAMUJI_RAHAYU_1917201156.pdf)
- Ritonga, R. T., Siregar, Z. M. E., & Harahap, A. (2025). Peran Servicescape, Citra Merek, Lokasi, dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kafe. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(4), 1774–1790. <https://doi.org/10.60036/jbm.679>
- Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian

- Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.
- Siagian, U. W., Harahap, N. J., & Halim, A. (2024). The Effect Of Price, Customer Satisfaction, Brand Image, Location And E-Wom(Electronic Word Of Mouth) On Purchasing Decisions At Resto And Coffee Ck 3 Labuhanbatu Utara Regency Purchases At Resto And Coffee Ck 3 North Labuhanbatu Regency Pengaruh Harga, K. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3461–3473. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Susilo, Y., Wijayanti, E., Santoso, S., Pasca, F., Universitas, S., Pasca, F., Universitas, S., Mercubuana, U., & Kuliner, E. K. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 457–468.
- Tania, A. E., Sari, M. I., & Tyas, W. M. (2022). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada BUMDES Ajong Rejo. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 345–354. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.87>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Veronica, A., Ernawati, Rasdiana, Abas, M., Yusriani, Hadawiah, Hidayah, N., Sabtohadji, J., Marlina, H., Mulyani, W., & Zulkarnaini. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Pt. Global Eksekutif Teknologi*.
- Wahyuddin, R., Sucipto, A., & Susanto, T. (2022). Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality Dengan Metode Multiple Marker Pada Pengenalan Komponen Komputer. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 3(3), 278–285. <https://doi.org/10.33365/jatika.v3i3.2034>
- Wahyuningtyas, S. Z., & Habib, M. A. F. (2024). *Pengaruh Lokasi , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ayam Geprekku Bandung Tulungagung*. 4.
- zaki, M., & Saiman. (2021). Garuda2476872. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4, 1–4.
- CRIF Indonesia. (2024, 2 November). Rising Opportunities in Indonesia's Food & Beverage Sector: Key Growth Insights for 2024 and Beyond. Diakses pada 29 Maret 2026, dari <https://www.id.crifasia.com/resources/industry-insights/rising-opportunities-in-indonesia-s-food-beverage-sector-key-growth-insights-for-2024-and-beyond/>