DAFTAR PUSTAKA

Aji, N. R. S., & Nobelson. (2024). Pengaruh Konten Sosmed, Customer Experience dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Suasana Kopi. *IKRAITH-EKONOMIKA*, *7*(2), 38–50. https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2

Ajzen, I. (2011). Design and evaluation guided by the theory of planned behavior. In *Social Psychology Evaluation* (pp. 74–100). Guilford Publications.

Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, *6*(3), 96–107.

Apriani, S., & Bahrun, K. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, *2*(1), 14–25.

Azzahra, K. (2023). *Pengaruh Emotional Branding Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan (Studi Mahasiswa Prodi Ilmu Ekonomi Febi UIN Ar-Raniry Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.

Banjarnahor, A. R., Harizahayu, Sahir, S. H., Pratiwi, I. I., Nainggolan, N. T., Muliatie, Y. E., Sisca, Hasnidar, Yudistara, W., Dyah, G., Sudarso, A., Arief, M. H., Ismail, M., Suri, F., & Sesilia, A. P. (2023). *Perilaku Belanja Konsumen di Era Digital: Tantangan dan Peluan Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.

Chaerunnisa, K. A., & Safria, D. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada point coffee di kebon besar tangerang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, *10*(3), 249–264.

Fahmi, M. A. (2024). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Dg Sija Urip Sumoharjo Di Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Filiantari, M., Suharto, S., & Mazni, A. (2021). Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience), Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction) Pada Pt. Dahlia Dewantara Unit Metro Lampung. *SIMPLEX: Journal of Economic Management*, *2*(1), 85–99.

Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (19th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, *80*(6), 69–96.

Rafi, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *7*(4), 160–166.

Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik pengumpulan data: Observasi, wawancara dan kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, *3*(1), 39–47.

Sari, M., & Kapuy, H. R. (2021). Pengaruh Interior Display dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Butterfly. *Jurnal EKOMEN*, *21*(1), 39–46.

Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, *3*(2), 18–20.

Sugiyono. (2020). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. PT. Alfabeta.

Tjiptono. F. (2016). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi.