DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rauf, e. (2016). *Digital Marketing*. In (Issue September).

Akhriansyah, M. T. (2021). Penerapan Digital Marketing Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Di Grosir Bang Iyuz. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1234-1245.

Ambarwati, D. (2020). Analisis Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Fore Coffe. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 87-98.

Ardhiza, A. R. (2023). Pengaruh Design Product, Personal Branding, Distribution, dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Album K-POP (Studi Kasus Pembeli pada Weverse Shop). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 45-58.

Amanullah, M. (2022). *Islamic ethics of business: A maqāṣidic analysis*. *Al-Burhān: Journal of Qur'an and Sunnah Studies, 6*(3), 15–28. https://doi.org/10.31436/alburhn.v6i3.28

Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008-2018. https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573

Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.

Basri, S. S., dkk. (2018). Metode Pengajaran Ekonomi Syariah Berdasarkan Kandungan Surat Al-Baqarah Ayat 275-280. *Jurnal Pendidikan Islam Ta'dibuna*, 7(2), 173-193.

Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethics*. Herndon, VA: The International Institute of Islamic Thought (IIIT).

BPS (Badan Pusat Statistik). (2023). *Statistik Kopi Indonesia 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.

Elliyana, dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA*, 6(1), 234-248.

Farhanah, & Marzuqi, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Beauty di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 112-125.

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

Greenfields Professional. (2023). *Tomoro Coffee: Local Brand dengan Pertumbuhan Tercepat di Indonesia*. Jakarta: Greenfields Publishing.

Gunarsih, dkk. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 33-45.

Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Boston: Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.

Mustafa. (2019). *Periklanan dalam Perspektif Etika Islam*. *An-Nida', 43*(1), 1–16.

Mulia, D. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Harga, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's di Kota Tangerang. *Jurnal Riset Manajemen*, 7(3), 201-215.

Noorohmah, E. (2019). Kualitas Produk dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 54-68.

Prasetyo, dkk. (2020). Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 4(2), 78-92.

Rachmadi, T. (2020). *Digital Marketing: Strategi Pemasaran di Era Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Raswan. (2024). Pengaruh Harga dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote. *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(1), 15-28.

RI, Departemen Agama. (1998). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: CV Asy-Syifa.

Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Fenomena Gaya Hidup Konsumen Kopi di Kalangan Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 7(1), 67-80.

Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 45-58.

Sari, S. N., & Wirawan, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus: UMKM Rokupang Cabang Karawang). *Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 4(1), 77-83.

Septianingrum, A. A., & Martini, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kenyamanan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Soto Mas Boed Semarang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 272-288.

Stevani, A., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Di Ahass Mpm Larangan Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 1058-1071.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryani, T., & Kristiyani, W. (2021). Perilaku Anak Muda di Coffee Shop: Studi Fenomenologi. *Jurnal Psikologi Sosial*, 9(2), 89-102.

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Ummah, M. (2019). *Teori Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Surabaya: Jakad Media Publishing.

Wiranata, I., dkk. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133-146.

Yanti, N. K., & Telagawati, N. K. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Serta Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Badilan Grosir Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 276-290.

Yusri, A. Z. (2020). Metode Penelitian Kualitatif: Teori, Metode dan Praktik. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 112-128.

Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Indeks.