

praktisi pemasaran dan pemilik bisnis sejenis terkait efektivitas strategi digital marketing dalam mencapai tujuan pemasaran.

Dengan mengoptimalkan interaksi space di lingkungan digital, bisnis dapat terus bersaing dan beradaptasi dengan dinamika pasar. Temuan penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi penelitian lebih lanjut dalam domain strategi pemasaran digital, khususnya dalam konteks industri kopi yang terus berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of competitiveness*, 8(3).
- Brisson, N., Gary, C., Justes, E., Roche, R., Mary, B., Ripoche, D., ... & Sinoquet, H. (2003). An overview of the crop model STICS. *European Journal of agronomy*, 18(3-4), 309-332.
- Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2019). *Digital business and e-commerce management*. Pearson UK.
- Csobanka, Z. E. (2016). The Z generation. *Acta Educationis Generalis*, 6(2), 63-76.
- Fisch, C., Masiak, C., Vismara, S., & Block, J. (2021). Motives and profiles of ICO investors. *Journal of Business Research*, 125, 564-576.
- Handoko, T. H., & Swasta, B. (2008). perilaku Konsumen. *Yogyakarta: Bpfe*, 8.
- Hidayat, L., Muktiadji, N., & Supriadi, Y. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Galeri Investasi Perguruan Tinggi. *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*, 3(2), 63-70.
- Ilham, D. (2014). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jejaring Sosial Twitter di Surabaya. *E-Journal Unesa*.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, Edition 14, England: Pearson Education.
- Larasari, E., Lutfi, L., & Mumtazah, L. (2018). Pengaruh Brand Ambassador Dan Event Sponsorship Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Produk Smartphone Vivo pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2).
- Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian cafe jalan Korea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).
- Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal*, 6(1).
- Manurung, F. R., Purwadi, P., & Murniyanti, S. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Laundry Dengan Menggunakan Metode FAM (Fuzzy Associative Memory). *Jurnal Cyber Tech*, 3(10), 1620-1630. Suparno (2020) (IKM)

- Moulana, F., Sunuharyo, B. S., & Utami, H. N. (2017). *Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan Melalui variabel mediator motivasi kerja (studi pada karyawan pt. Telkom indonesia, tbk witel jatim selatan, jalan a. Yani, Malang)* (Vol. 44). Brawijaya University.
- Musfialdy, M., & Lusrivirga, R. (2021). The Construction of the Meaning of Cafe for Millennials (Phenomenology in the Construction of the Meaning of Hanging Out for Millennials-Café User around Campus). *Indonesian Journal of Economics, Social, and Humanities*, 3(1), 13-20. Sardon et al., 2019
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh literasi keuangan, efikasi keuangan, dan faktor demografi terhadap pengambilan keputusan investasi (studi kasus pada mahasiswa magister manajemen fakultas ekonomi universitas andalas padang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 210-224.
- Samad, A., & Wibowo, I. (2016). Pengaruh Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3), 1-9.
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1-14.
- Sastradinata, G., & Suraya, S. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Melalui Whatsapp Messenger Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Industri Rumah Tangga Di Kota Bogor. *Jurnal Visi Komunikasi*, 17(02), 1-19.
- Septiani, S., & Indraswari, R. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen produk kosmetik halal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 9(1), 59-73.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Solomon, M., Russell-Bennett, R., & Previte, J. (2012). *Consumer behaviour*. Pearson Higher Education AU.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Susanto, A. S. (2013). Membuat segmentasi berdasarkan life style (gaya hidup). *Jurnal Jibeka*, 7(2), 1-6.
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z?. *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25-34.

- Tsai, I. J., Zarowiecki, M., Holroyd, N., Garciarrubio, A., Sanchez-Flores, A., Brooks, K. L., ... & Berriman, M. (2013). The genomes of four tapeworm species reveal adaptations to parasitism. *Nature*, *496*(7443), 57-63.
- Ul Islam, J., Rahman, Z., & Hollebeek, L. D. (2017). Personality factors as predictors of online consumer engagement: an empirical investigation. *Marketing Intelligence & Planning*, *35*(4), 510-528.
- Wahyudi, D., & Kurniasih, N. (2019). Membangun generasi “great” beretika menuju Indonesia emas. *Tarbawiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, *3*(1), 46-72.
- Wibowo, S. (2019). Analisa Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Dengan Brand Experience Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Rokok Gudang Garam Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, *6*(2), 8.