



DAFTAR PUSTAKA

- Aplikasi Paling Lengkap Pendukung UMKM Lebih Maju | majoo.* (2024). Majoo.id. Diakses melalui <https://majoo.id/> pada tanggal 22 September 2024.
- Arti Kata "kartu" Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia | KBBI.co.id.* (2023). Kbbi.co.id. Diakses melalui <https://kbbi.co.id/arti-kata/kartu> pada tanggal 22 September 2024.
- Ashardiono, F., & Trihartono, A. (2024). Optimizing the potential of Indonesian coffee: a dual market approach. *Cogent Social Science*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2340206>
- Azis, A. M., & Irjayanti, M. (2023). How Does The Coffee Supply Chain Work in Indonesia? *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, Vol. 16, Issue 2, Summer & Autumn 2023, 87–97. <https://doi.org/10.22094/JOIE.2023.1986337.2068>
- Badan Pusat Statistik; Indonesia: *Food Service-Hotel Restaurant Institutional* edisi Oktober 2023; *Momentum Works, Coffee in Southeast Asia: Modernising Retail of the Daily Beverage*; Diolah Litbang Kompas/PUR
- Bank Indonesia *Instrumen.* (2024). www.bi.go.id. Diakses melalui https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem_pembayaran/ritel/instrumen/default.aspx pada tanggal 22 September 2024.
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2018). *Financial management: Theory & practice* (15th ed.). Cengage Learning.
- Budanti, H. S. (2017). Pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa program studi pendidikan ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 1- 14. doi:10.20961/bise.v3i2.16446.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford University Press.
- Cheng, H., Hsu, Y., & Lo, C. (2020). *The Impact of Digital Loyalty Programs on Customer Engagement and Retention*. *Journal of Business Research*, 117, 560-570.
- Datains team. 2022. *Coffee shop di Kota Yogyakarta: persebaran dan kompleksitas kepadatannya*. Diakses melalui <https://datains.medium.com/coffee-shop-di-kota-yogyakarta-persebaran-dan-kompleksitas-kepadatannya-04c2e03282a2> pada tanggal 2 Juni 2024
- Demartoto, A., Kartono, D. T., & Solikatun, S. (2015). Perilaku konsumsi kopi sebagai budaya masyarakat konsumsi: Studi fenomenologi pada

- peminum kopi di kedai kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 227- 594. doi:10.20961/jas.v4i1.17410.
- Desika. (2023). *Kedai Kopi di Indonesia Gencar Menggunakan Pembayaran Digital*. Chatnews.id; ChatNews. Diakses melalui <https://chatnews.id/read/kedai-kopi-di-indonesia-gencar-menggunakan-pembayaran-digital> pada tanggal 11 Februari 2025.
- Euromonitor International. (2021). *Indonesia Coffee Market Analysis and Forecast*. London: Euromonitor.
- Ginting, A., dan K.M.Z. Basriwijaya, dkk (2019). Kebijakan Perdagangan Internasional Kopi di Indonesia Serta Dampaknya Terhadap Harga Dalam Negeri. *Jurnal Penelitian Agrisamudra*. 6(2):104-115 DOI 10.33059/jpas.v6i2.1900
- Iskandar & Rahmayanti. (2018). Pengaruh gaya hidup, kelompok teman sebaya, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi. *Jurnal Ilm Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 93-104. doi:10.17509/jimb.v9i2.19749.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Magretta, J. (2002). Why business models matter. *Harvard Business Review*, 80(5), 86-92.
- McKinsey & Company. (2022). *Digital Transformation in Indonesia's Coffee Industry*. Jakarta: McKinsey.
- Metrotvnews.com. (2024, December 10). Industri Kopi Indonesia Punya Prospek Menjanjikan. Diakses melalui https://www.metrotvnews.com/read/NA0CjmY0-industri_kopiindonesia_punya-prospek-menjanjikan pada tanggal 6 Februari 2024.
- nicepay. (2019, February 21). *Payment Gateway Indonesia*. NICEPAY. Diakses melalui <https://nicepay.co.id/id/> pada tanggal 11 Februari 2025.
- Nugroho, S., & Suryadi, W. (2021). *Perkembangan Kafe Culture di Indonesia*. Bandung: PT Kafe Indonesia.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Payne, A., Frow, P., & Eggert, A. (2017). *The customer value proposition: Evolution, development, and application in marketing*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(4), 467-489.
- Purwanto, A. (2024, August 15). Mengapa Kafe dan Kedai Kopi Kian Marak di Indonesia? *kompas.id*. <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/15/mengapa-kafe-dan-kedai-kopi-kian-marak-di-indonesia>



- Schindler, P. S. (2021). *Business Research Methods* (13th ed.). McGraw-Hill Education
- Slywotzky, A. J., & Wise, R. (2003). *How to grow when markets don't*. Warner Books.
- Statistik - Asosiasi Kartu Kredit Indonesia*. (2024). Asosiasi Kartu Kredit Indonesia. Diakses melalui <https://akki.or.id/statistik/> pada tanggal 22 September 2024.
- Statista. (2024). Konsumsi Kopi di Indonesia. Diakses melalui <https://www.statista.com/statistics/314982/indonesia-total-coffee-consumption/> pada tanggal 25 Februari 2024.
- Statistics Indonesia. (February 28, 2024). Coffee production in Indonesia from 2014 to 2023 (in 1,000 metric tons) [Graph]. In Statista. Retrieved September 07, 2024, from <https://www-statista.com.ezproxy.ugm.ac.id/statistics/706965/production-of-coffeein-indonesia/>
- Tasya, S., Suhaeni, S., & Wijaya, I. P. (2022). Analisis Daya Saing Komparatif Komoditas Kopi (*Coffea Sp.*) Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 335-341. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6945650>
- Tentang Moka POS | Moka Point of Sales*. (n.d.). Diakses melalui <https://www.mokapos.com/tambahan/informasi-perusahaan> pada tanggal 22 September 2024.
- The Business Research Company* (2025). *Payment Gateway Global Market Report 2025*. Thebusinessresearchcompany.com. Diakses melalui <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/payment-gateway-global-market-report> pada tanggal 7 Februari 2025.
- Thomas, N.O., Singh, S., Gangwar, M. (2023). Customer retention using loyalty cards program . *International Journal of Business Innovation and Research*, 30 (2), pp. 200-217.
- Zulkarnain, Z., Saputra, M. G., & Silvia, D. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada PT Pitu Kreatif berkah. *Journal Industrial Services*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.36055/jiss.v6i1.9476>