

DAFTAR PUSTAKA

- 123.dok. (n.d.). Indikator Suasana Toko - Suasana Toko (Store Atmosphere). Retrieved September 15, 2023, from <https://123dok.com/article/indikator-suasana-toko-suasana-toko-store-atmosphere.zwrvp8ly>
- A. (2023, March 14). 3 Restoran Dining Dengan Desain Interior Yang Cocok Untuk Bersama Pasangan - MAGNA Interior Design & Contractor. MAGNA Interior Design & Contractor. <https://magnainterior.co.id/2023/03/14/3-restoran-dining-dengan-desain-interior-yang-cocok-untuk-bersama-pasangan/>
- Abdurrahim, A., & Sangen, M. (2019). Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling, Dan Advertising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 42-47.
- Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(3), 496-507.
- Andini, N. P. (2014). *Pengaruh viral marketing terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2013 yang melakukan pembelian online melalui media sosial instagram)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Anindya, F., & Indriastuti, H. (2023). THE RISE OF VIRAL MARKETING AND BRAND AWARENESS INFLUENCE PURCHASE DECISIONS OF SOMETHINC PRODUCTS. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 173-183.
- Ansori, P. B., & Lestari, L. (2017). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Metro Abadi

- Sempurna Semesta Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 8(1), 85-96.
- Arjunita, I., Lopian, J. S., & Lumantow, R. Y. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Auliya, Z. F., Umam, M. R. K., & Prastiwi, S. K. (2017). Online costumer reviews (OTRs) dan rating: Kekuatan baru pada pemasaran online di Indonesia. *Ebbank*, 8(1), 89-98.
- Berman dan Evans dialihbahasakan oleh Lina Salin (2014).,Pengertian Store Atmosphere Menurut Para Ahli. (Online). <http://repository.uinsu.ac.id/>.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of business research*, 117, 510-519.
- Coffee, O. (n.d.). Situs Jual Mesin, Grinder & Alat Kopi | Otten Coffee. Otten Coffee. <https://ottencoffee.co.id/majalah/simak-hal-ini-sebelum-menata-konsep-ruang-coffee-shop-kamu>
- Damayanti, K. M., Susanti, P. H., & Agustina, M. D. P. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(4), 698-708.
- Digital, T. S., & Digital, T. S. (2022, Juli 28). Kepercayaan Konsumen: Bahasan Lengkap + 3 Indikator Utamanya. Sasana Digilab - Tempat Kursus Pebisnis Online & UMKM. Di akses pada September 15, 2023, dari <https://sasanadigilab.com/kepercayaan-konsumen-beserta-indikator/>
- Farhan, M. R., & Adlina, H. (2022). THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE AND VIRAL MARKETING ON BUYING DECISION:(Study on Seis Café & Public Space Consumers on Sei Silau Street, Medan City). *JOURNAL OF HUMANITIES, SOCIAL SCIENCES AND BUSINESS*, 2(1), 241-254.

- Farikha, F., Rachman, E., & Antu, Y. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Di Foodpedia Gorontalo. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 13(1), 27-32.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. In *International Journal of Physiology* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hamdani, M. Y. (2018). *Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang Pernah Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial Instagram)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Haryanto, C., Hasana, H. T. H., & Paradita, D. S. (2021). Desain Rak Display Lampu LED pada Sinar Dunia Lighting dengan Konsep Modern (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).
- Herawati, A. (2023, July 13). Kualitas Produk: Pengertian, Indikator, dan Cara Meningkatkannya. Kledo Blog. <https://kledo.com/blog/kualitas-produk/>
- Holwati, R., Setyowati, T., & Reskiputri, T. D. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Online Marketing, Dan Store Location Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Pada UMKM Arsa Holtikultura Desa Karangsono). *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 6(2), 157-163.
- Iffan, M., & Yulianti, L. (2017). PENGARUH LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JG MOTOR YAMAHA CAB. ASIA AFRIKA BANDUNG. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 7(1), 21-32.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*.
- Irwan. (n.d.). Pemilihan Barang Atau Produk Dalam Pemasaran. Retrieved September 15, 2023, from <https://irwansahaja.blogspot.com/2014/11/pemilihan-barang-atau-produk-dalam.html>

- Katarika, D. M., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 162-171.
- Kholiq, I., & Sari, D. K. (2021). The Influence of Viral Marketing, Celebrity Endorser, and Brand Awareness on Purchase Decisions on Make Over Cosmetic Products in Sidoarjo. *Academia Open*, 4, 10-21070.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Koesoemaningsih, R. (2013). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Pendidikan Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Soerjo Ngawi. *Media Soerjo*, 13(2), 1-21.
- Kotler, Philip., Gary Amstrong and Marc Olver Opresnik 2018. Principles of Marketing. Edisi 17 Global Edition. Pearson.
- Kurniawan, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiger Sugar di Jakarta/Winnie Kurniawan/28160372/Pembimbing: Tumpal JR Sitingjak.
- Kurniawati, A., Lubis, J., & Al-Ihsan, M. A. (2023). The Effect of Digital Marketing and Personal Selling on Consumer Purchase Decisions in Beauty Products. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 106-114.
- Lating, F. A., & Zulfikar, R. (2023). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PENGUNJUNG DI THE BOND'S CAFÉ SETELAH PANDEMI COVID-19. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*, 3(1), 61-81.
- Lekhanya, L. M. (2014). The impact of viral marketing on corporate brand reputation. *The international business & economic research journal (Online)*.

- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 1(1), 137-145.
- Lutfi. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Jetis Ponorogo. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Maduningtias, L., Narimawati, U., Affandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). *Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Indomarco Pristama Kebayoran Lama*. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1206-1213. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i4.547>
- Mamuaya, N. C. I. (2018). The effect of sales promotion and store atmosphere on hedonic shopping motivation and impulsive buying behavior in hypermart manado city.
- Mamuaya, N. C. I. (2018). The effect of sales promotion and store atmosphere on hedonic shopping motivation and impulsive buying behavior in hypermart manado city.
- Narimawati, U. (2007). *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia : Aplikasi Contoh Dan Perhitungannya*. Jakarta: Agung Media
- Narimawati, U., Sarwono, J., Affandi, A., & Priadana, S. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi* (Doctoral dissertation, Tesis dan Disertasi. Yogyakarta. Andi).
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nobriyani, A. P., & Haryono, N. A. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi financial management behavior pada keluarga tki di kabupaten ponorogo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3).

- Nugraha, N. Y. T. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Minat Berkunjung di Konkrite Coffee & Place (Doctoral dissertation, STP AMPTA Yogyakarta).
- Nurikhsan, F. (2019). Fenomena coffe shop di kalangan konsumen remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137-144.
- Ong, I. A. (2013). Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincao Station Grand City, Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-11.
- Prakoso, C., & Budiono, B. (2020). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram, Store Atmosphere dan Cita Rasa Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Ayam Geprek Juara di Rawamangun. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(01), 01-13.
- Pramudita, A. (2023, May 12). Beda Cerita Coffee Bandung Harga Menu, Daya Tarik & Lokasi. Suwatu. <https://suwatu.com/beda-cerita-coffee-bandung.html>
- Purwanto, G. I., & Ardana, I. G. N. (2016). Perancangan Interior Coffee House di Surabaya. *Intra*, 4(2), 651-661.
- Putra, N. S., & Djatmiko, T. (2015). Pengaruh Display Interior Terhadap Impulsive Buying Pada Konsumen Indomaret Poin Dipatiukur Bandung. *eProceedings of Management*, 2(2).
- Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan (Studi pada monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2).
- Rachmawati, D., Shukri, S., Azam, S., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in Selangor, Malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341-1348.
- Rahina, A. W. Pengaruh Lifestyle dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Rumah Kopi (RUMPI) Jember The Influence

Lifestyle and Word of Mouth on Purchase Decisions at Coffee Shop Rumah Kopi (RUMPI) Jember.

- Riadi, M. (2022, December 28). Kepercayaan Konsumen (Pengertian, Aspek, Jenis, Indikator dan Strategi). *KajianPustaka*.
<https://www.kajianpustaka.com/2021/01/kepercayaan-konsumen-pengertian-aspek.html>
- Riskita, A. (2022, August 8). Indikator Kualitas Produk, Ini Manfaatnya Bagi Bisnis. Blog Sirclo Store. <https://store.sirclo.com/blog/kualitas-produk/>
- Ristania, N., & Justianto, J. S. (2013). Analisa pengaruh harga, promosi dan viral marketing terhadap keputusan pembelian pada" online shop" S-nexian melalui facebook. *Journal of Business Strategy and Execution*, 5(2), 131-161.
- Riyadi, N. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE MELALUI APLIKASI SHOPEE PADA TOKO FLANELLY BUSINESSZ. *Jurnal Manajemen Almatama*, 2(1), 80-102.
- Rollins, B., Anitsal, I., Anitsal, M. M., & Meral, M. (2014). Viral marketing: Techniques and implementation. *Entrepreneurial Executive*, 19(1), 1-17.
- Sangadji dan Sopiah. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta
- Santy, R. D., Habibillah, M. I., Dimiyati, Y. R., Nofia, V. S., Luckyardi, S., Gaol, T. V., & Oktafiani, D. (2021). *Artificial Intelligence as Human Behavior Detection for Auto Personalization Function in Social Media Marketing. International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH)*, 1(1), 25-34.
- Sari, N. L. D. I. D. (2013). Elemen visual kemasan sebagai strategi komunikasi produk. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 6(1).

- SEMBIRING, B., & BR, M. (2020). Pengaruh Brand Image terhadap Perilaku Nasabah KOPDIT CU “UNAM” Berastagi (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS QUALITY).
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 841-850.
- Sigit, K. N., & Firmansyah, F. A. A. (2021). PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAROTI DI ALFAMART COMAL KABUPATEN PEMALANG. *Nusantara Hasana Journal*, 1(1), 137-148.
- Silaen, N. R., Syamsuriansyah, S., Chairunnisah, R., Sari, M. R., Mahriani, E., Tanjung, R. & Putra, S. (2021). *Kinerja Karyawan*.
- Simanjuntak, J. M., & Wahdiniwaty, R. (2018, November). The Influence of Product Quality on Car Puchase Decision. In *International Conference on Business, Economic, Social Science and Humanities (ICOBEST 2018)* (pp. 195-198). Atlantis Press.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

- Store Atmosphere, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3).
- Sugiyono. 2015. *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Surniandari, A. (2017). Viral marketing sebagai alternatif strategi pemasaran produk Sariz. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 1(1), 35-43.
- Surniandari, A. (2017). Viral marketing sebagai alternatif strategi pemasaran produk Sariz. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 1(1), 35-43.
- Tanjung, W. N., & Harimansyah, F. H. (2017). Usulan Perbaikan Tata Letak Fasilitas Lantai Produksi Produk Sepatu Perlengkapan Dinas Harian (Studi Kasus pada CV. Mulia). *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 7(1).
- Tansala, D., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2019). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian di gramedia Manado. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)*, 8(1), 21-27.
- Toffin & Mix. (2020). *Insightful Data Science*. Harvard Data Science Review. <https://doi.org/10.1162/99608f92.34d1d59e>
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*.
- Wiludjeng SP, S., & Nurlela, T. S. (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT" X".
- Yuliana, K., Zahrudin, M., & Utari, T. (2018). Analisa Sistem Informasi Peminjaman dan Pengembalian Buku Perpustakaan Pada SMA Nusantara 1 Tangerang. *Journal Sensi*, 4(1), 46-63.

Yuliandi, B. (2014). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian konsumen pada outlet Nyenyas Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 12(1), 55-73.

Zahra, A. (2019, September). Effect of Viral Marketing, Promotions, Discounts and Store Atmosphere Purchase Decision (Case Study on Shoesholic Veteran Padang). In Third Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019) (pp. 554-559). Atlantis Press.