

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, M. P., & Heriyanto, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Cafe De'piek Ujungbatu Rokan Hulu). *ECo-Buss*, 6(3), 1289–1299. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1173>
- Amelia, N. A. M., Sakti, D. P. B., & Mulyono, L. E. H. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Online Customer Review Menggunakan Media Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whittening. *Unram Management Review*, 2(2), 181–191. <https://doi.org/10.29303/ju.v2i2.258>
- Apriya, M. (2023). *PENGARUH DISCOUNT, VIRAL MARKETING DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP IMPULSE BUYING DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi pada Konsumen PT Rasa Aryaguna Sejahtera Abadi)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Ardha, B., & R, D. A. (2022). Analisis Komunitas Virtual Brand Tory Burch Lovers Indonesia Di Facebook Dalam Proses Keputusan Pembelian Tas. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 9–16. <https://doi.org/10.30998/g.v2i2.1223>
- Ari Anggara Pribadi, Hennywati, & Kayla Putri Rindha. (2024). Analisis Viral Marketing, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare. *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1(2), 85–91. <https://doi.org/10.62387/hatta.v1i2.42>
- Arjunita, I., Lopian, S. L. H. V. J., & Lumantow, R. Y. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Store Atmosphere, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 9(3), 437–446.
- Ayu, J. N. R. (2020). Efektifitas Viral Marketing Dalam Meningkatkan Niat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1). <https://doi.org/10.15642/manova.v2i1.353>
- Baguna, K. T. J., Lopian, S. L. H. V. J., & Lumanauw, B. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING, STORE ATMOSPHERE, DAN BRAND TRUST TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS A51 COFFEE SHOPS MANADO). *Jurnal EMBA*, 11(1), 500–511.
- Bitu, F. Y., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(03), 298–306. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i3.233>
- Dahmiri, D., Hasbullah, H., & Sari, S. S. (2020). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 15–22. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9235>
- Depari, G. S., & Ginting, N. (2022). The Influence of Online Customer Review and Perceived Quality Toward Customer Purchase Decision At Lazada Online Retail Company. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15(1), 1–19. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v15i1.84>
- Dewi, I. C., Christiani, N., Krisnanda, R., Iswati, Nugraha, K. A., & Premananto, G. C. (2025). *Strategi FOMO dalam Pemasaran Kuliner*. LAKEISHA.
- Diyatma, A. J. (2017). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. *E-Procceding of Management*, 4(1), 175–179.
- Farhan, M. R., & Adlina, H. (2022). The Influence of Store Atmosphere and Viral

- Marketing on Buying Decision. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business (Jhssb)*, 2(1), 241–254. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v2i1.410>
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conferences Management and Business (NCMAB)*, 689–705.
- Ferdiansyah, M. R., Prihandoyo, C., & Deomedes, S. D. (2025). PENGARUH CONTENT MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KAFE 28 COFFEE BALIKPAPAN. *JURNAL Edueco*, 8(1), 80–87.
- Gustian, R., Fitriano, Y., & Utama Putra, I. (2024). The Effect of Store Atmosphere, Promotion and Product Diversity on Purchasing Decisions at Mr.Diy Manna South Bengkulu Regency. *Jurnal Pusat Manajemen*, 1(1), 5–14.
- Haryani, Y. (2025). Perilaku Shopaholic sebagai Tantangan Global dalam Perspektif Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 4(1), 135–140. <https://doi.org/10.31004/jpion.v4i1.344>
- Haya, A. F., Fadila, A., & Desyantama, H. (2021). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Richeese Factory Bandar Lampung (Alika Fadiya Haya) Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Richeese Factory Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 3(1), 15–23.
- Hendriyadi, R., Harjadi, D., & Gunawan, W. H. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Razwa Café Nagarakembang. *DIGIBE : Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 32–40. <https://doi.org/10.25134/digibe.v1i1.4>
- Irawan, Z. A., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rena Factory Outlet Kab. Tuban). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi*, 13(01), 125–132.
- Jamil, S. N. A. (2023). *Penggunaan Teori SOR dalam Menganalisis Kerukunan antar Umat Beragama*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kasmad, K. (2022). Analysis of Purchase Decision Estimates Based on Store Atmosphere and Affordable Prices. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 2(1), 27–34. <https://doi.org/10.37481/jmneb.v2i1.246>
- Katarika, D. M., & Syahputra. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Samanko Tanjungpinang. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 3(8), 1–12.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Liliana, M., & Siagian, D. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Blibli.com di Jakarta. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie*, 1(1).
- Luthfiah, N. L., Takwim, I., & Dzulfikar, I. (2023). Peran Citra Merek, Store Atmosphere dan Word Of Mouth dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1145–1157. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6008>
- Mahartriana, N. C. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc pada Platform E-Commerce. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi 5, September 2023*.

- Majid, A. A., & Wulansari, N. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian di Kemakola Cafe Kabupaten Padang Pariaman. *Journal Fillgap.Id*, 86–92.
- Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27–37. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>
- Mulyono, H., Hartanti, R., Rolando, B., Bangsa, U. D., & Trisakti, U. (2024). *Suara Konsumen Di Era Digital : Bagaimana Review*. 1(1), 1–20.
- Nirma, K. (2019). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Trunojoyo*, 5(2), 67–79.
- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2019). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147–153. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i2.171>
- Oktafiani, D., & Sari, C. M. (2025). Pengaruh Harga , Viral Marketing , Online Customer Review , dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Facetology (Studi pada Mahasiswi FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung). *TIJARAH: JURNAL EKONOMI SYARIAH*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.59818/tijarah.v4i1.1578>
- Purba, R. S. (2016). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University Pada Tahun 2016). *E-Proceeding of Applied Science*, 2(2), 1–23.
- Putri, A. H. (2023). Pengaruh Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Subur Jaya Desa Buatan Ii Kec. Koto Gasib. *JLABIS : Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Dan Sosial*, 1(1), 58–74.
- Rahayu, T., Sangka, K. B., & Setyowibowo, F. (2022). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SEBELAS MARET. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 8(2), 130–138.
- Rahmaini, & Salqaura, S. A. (2024). Pengaruh Viral Marketing Dan Neuromarketing Terhadap Keputusan Pembelian Cromboloni Roti'o Di Cabang Manhattan Square Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 5(2), 302–310. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v5i2.5341>
- Reonald, N., & Sukanti, N. (2022). Analisis Viral Marketing Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Prproduk Susu Bear Brand Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 11(1), 139–152. <https://doi.org/10.24903/je.v11i1.1061>
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Rizkyani, M. A., & Anggraeni, N. (2022). Analisis Fundamental Perbankan Syariah di BEI. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 482–487. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2608>

- Safitri, N., Purwanto, E., & Perdana, D. N. C. (2024). PENGARUH DESAIN PRODUK, PROMOSI, DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPREI DI ZEROUN HOMEDECOR KLATEN. *Jurnal Wirausaha Dan Ilmu Ekonomi (WIRANOMIKA)*, X(X), 1–12.
- Salarupa, J. C. R., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. R. (2025). PENGARUH VIRAL MARKETING, EMOTIONAL BRANDING, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FELLOW COFFEE MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 13(1), 521–532.
- Sampe, Y. D., & Marie Tahalele. (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), 50.
- Santoso, R. P., & Irawati, W. (2024). the Influence of Store Atmosphere , External Stimuli , Product Attributes on Impulse Buying. *Journal Of Humanities And Social Studies*, 2(3), 1258–1268.
- Sari, E. N. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Kong Djie Cafe Pekanbaru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.31004/innovative.v1i2.2151>
- Silviah, R. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi Viral Marketing: Kualitas Produk dan Suasana Tempat (Tinjauan Pustaka Manajemen Pemasaran). *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah*, 2(4), 161–166. <https://doi.org/10.38035/jhesm.v2i4.282>
- Sinaga, H, D, E. (2024). Pengaruh Store Atmosfer, Lokasi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Sosmed Cafe. *Senashtek*, 313–320.
- Sinta, E. D., Pariyanti, E., Buchori, & Rinnanik. (2024). MENGUNGKAP HUBUNGAN ANTARA STORE ATMOSPHERE, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(2), 295–301.
- Syakira, S. N., & Moeliono, N. N. K. (2019). Pengaruh online consumer review oleh beauty vlogger suhay salim terhadap proses keputusan pembelian produk freeman feeling beautiful facial masks. *EProceedings of Management*, 6(2), 4412–4420.
- Syamsya, S. Q. N., & Purwanto, S. (2023). The Effect of Viral Marketing and Online Customer Reviews on Instagram on Purchase Decisions for Mixue Ice Cream in Surabaya. *Journal of Business and Management Review*, 4(9), 720–734. <https://doi.org/10.47153/jbmr49.7992023>
- Tesniwati, R., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Lestary, N. E. (2025). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Whitelab. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 1974–1981. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.800>
- Winarsih, R., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Coffee Kawasan Megamas Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 388. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41953>
- Yulistiyani, N., Afwa, A., & Puspita, A. (2024). Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Event Tanggal

- Kembar Shopee di Pekanbaru. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(1), 20. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i1.2971>
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Kartini, T. M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–452.
- Zhao, X. (Roy), Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1343–1364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2013-0542>