

Daftar Pustaka

- Amrita, W. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Trust, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt. Adhikarya Pangan Freshindo Cabang Renon Denpasar*. Denpasar: Jurnal Manajemen Vol, 2 2021.
- Ariyanto, A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Bsd Tangerang Selatan*. Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 3, No.1, Oktober 2020.
- Arjunita. (2021). *Pengaruh Viral Marketing, Store Atmosphere, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado*. Manado: Jurnal Emba 2021.
- Basalamah. (2021). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)*. Jurnal Ilmiah Riset 2021.
- Delanera Rizkia. (2021). *Pengaruh Perilaku Konsumen, Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aditi Coffee House & Space Di Era Pandemi Covid-19*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa Vol. 18, No. 1 Maret 2021.
- Dumatri, A. C. (2020). *Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Pada Burger King Indonesia*. Surabaya: Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 2 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya.
- Hamdani, M. (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)*. Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 60 No.1 Juli 2018.
- Hartono, S. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Shopee Mahasiswa Program Sarjana Institut Stiami Jakarta)*. Jakarta: Jurnal Administrasi Bisnis, 2021.
- Hidayati, N. L. (2018). *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya*. Surabaya: Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn) Volume 06 Nomor 03 Tahun 2018.
- Kuleh, Y. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Warunk Upnormal Samarinda)*. Samarinda: Jurnal Ilmu Manajemen 2021.
- Lubis. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Vie Cafe & Forbidden Distro Di Kota Pandan)*. Jurnal Akrab Juara, 2021.

- Mulyaputri , V. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan Di Kota Surabaya*. Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 1 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Purba, R. (2016). *Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University Pada Tahun 2016)*. E-Proceeding Of Applied Science : Vol.2, No.2 Agustus 2016.
- Suciati. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng Melalui Social Media* . Jakarta: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi 2021.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis: Untuk Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*. Cv Andi Offset Edisi I Yogyakarta.
- Suicy, F. (2021). *Pengaruh Marketing Mix Dan Store Atmosphere Terhadap Repurchase Intention Pada Ritel Pakaian Toko Tristar Di Kabupaten Talaud*. Surabaya: Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Tanuwijaya. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc* . Jurnal Sosial Sains, 2021.