

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2010. *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Antony, Mayfield. 2008. *What is Social Media*. London: iCrossing.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Badan pusat statistik . 2021. statistik industri makanan dan minuman
- Beli, N., & Cafe, D. I. (2021). *Pengaruh Media Sosial, Lokasi, dan Store Atmosphere Terhadap Niat Beli Di Cafe*. 9(2016), 1173–1183.
- Chaffey, Dave. (2011). *E-Business and E-Commerce Management*. England: Prentice Hall
- Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). *Pengaruh Viral Marketing , Celebrity Endorser , dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado The Influence Of Viral Marketing , Celebrity Endorser , And Brand Awareness*. 7(3), 2691–2700
- Dewi, M. N., & Samuel, H. (2015). *Pengaruh gaya hidup (life style), harga, promosi terhadap pemilihan tempat tujuan wisata (destination) studi kasus pada konsumen artojaya tour & travel Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 3(1) hal 1-13.
- Febriani, F., & Fadili, D. A. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang )*. 04(1), 368–379.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*”, Edisi 9 Undip Semarang
- Google news menyatakan Sumber: Wikipedia, Universitas Johns Hopkins.
- Hair, dkk. 2014. *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition 6*. New Jersey
- Hootsuite (We Are Social)
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2016). *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 )*. 60(1), 163–171.
- Harianto, D., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja- Vu Surabaya*. 1(1), 1–8.
- Iriani, S. S., & Andjarwati, A. L. (2020). *Analysis Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Perceived Risk Toward Online Shopping In The Era Of Covid-19 Pandemic*. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12), 313–320. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.12.50>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition, Pearson Education, Inc.

- Kurniawan, Albert. (2019). *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Laudon, Kenneth C., and Carol Guercio Traver. 2012. *E-commerce 2012: business, technology, Society*, 8th ed. Harlow: Pearson
- Maziriri, E. T., Rukuni, T. F., & Chuchu, T. (2021). *Factors Influencing Food Consumption Satisfaction and Purchase Decisions Of Restaurant Consumers*. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1968731>.
- Moh ainurofiqih. 2021. *Strategi Brandi di Era 4.0*. Quadrant : Yogyakarta
- Monica Nggilu, Altje L. Tumbel, Woran Djemly, 2019. *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Manado*. Vol.7 No.3 Juli 2019. Universitas Sam Ratulung
- Norazah, M. S. (2014). *Customer Satisfaction In The Context Of The Use Of Viral Marketing In Social Media*. *Pertanika Journal Of Social Sciences And Humanities*, 22(4), 953–967.
- Peric, G., Dramićanin, S., & Conić, M. (2021). *The Impact Of Serbian Tourists' Risk Perception On Their Travel Intentions During The Covid-19 Pandemic*. *European Journal Of Tourism Research*, 27(1), 1–22.
- Pengaruh, A., & Resiko, P. (2021). *Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19*. 1(1), 66–75.
- Purnomo, A. K. (2017). *Pengaruh Cafe Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Gen Y Pada Old Bens Cafe*. 16, 133–144.
- Rakhmawati, A., Nizar, M., Murtadlo, K., Studi, P., Administrasi, I., Pasuruan, U. Y., & Pasuruan, U. Y. (2019). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung*. *Jurnal sketsa bisnis*. 6(1), 13–21.
- Richardson, Matthew p and Elaine Bachman. (2004). *Viral Marketing Dalam Seminggu*. *Alih Bahasa : Rekha Trimaryoan*. Jakarta : Prestasi Pustaka Publisher
- Robbins S,P et al. (2015). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat
- Sains, J., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., & Denpasar, M. (2019). *Jurnal Sains, Akuntansi dan Manajemen*. (Vol. 1, No. 2: Pebruari, 2019). 1(2), 188–199.
- Schiffman, L. G. & L. L. Kanuk. 2004. *Consumer Behaviour*. (Ed. Ke-8). New Jersey: Prentice Hall
- Sekaran, U, & Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua. Jakarta Selatan 12610: Salemba Empat.
- Sernovitz. 2009. *Word Of Mouth Marketing*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Silverman, George 2001. *The Secrets Of Word Of Mouth Marketing : How To Trigger Exponential Sales Through Runaway Word -Of -Mouth*. Us : Amacom.
- Sri Wiludjeng Sp dan Tresna Siti Nurlela , 2013. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt "x"*. Universitas Widyatama
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Suprina, R. (2020). *The Impact of Café Atmosphere on Consumer's Purchase Intention: Case Study at Kopi Praja Café, Indonesia. European Journal of Business and Management*, 28–34. <https://doi.org/10.7176/ejbm/12-8-05>
- Uma Sekaran, Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta Selatan :Salemba Empat.
- Utami, W. Christina. 2006. *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, C.W. (2010). *Manajemen Ritel*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- Williams, B.K. and Sawyer, S.C. 2011. “*Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers & Communications*. (9th edition)”. New York: McGraw-Hill.
- Wiludjeng, S., & Siti, T. (2013). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt “ X .”* 978–979.
- Yusnita, E., Saufi, A., & Handayani, B. (2021). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Advertising and Price Discounts on the Interest of Tourists to Stay at Hotel ( Staycation ) During the Covid-19 Pandemic with Health Risk Perception as Moderating Variable*. 80-90.

