

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, E. D., Siregar, Me. S., & Sari, D. A. P. (2022). Measuring Purchase Decision Tendencies of Jakarta Special Region E-Commerce Consumer. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 19–32. <https://doi.org/10.21009/jdmb.06.1.2>
- Aditya, E. D., Siregar, Me. S., & Sari, D. A. P. (2023). the Influence of E-Service Quality, Online Customer Review, and Purchase Intention Towards Purchase Decision of Tokopedia Online Marketplace (Study of Jakarta Citizen). *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, xx No. xx(xx). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jdmb>
- Agustini, B. R. & O. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador , Iklan dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE GICI Depok). *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 3937–3951.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- 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 (IJEBA)*, 7(1), 173–183. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBA>
- Annisa, A. S. (2022). *Coffee Shop di Jogja, Benarkah Jadi Ruang Pamer Fashion yang Mengintimidasi?* Mojok.Co. <https://mojok.co/liputan/geliatwarga/coffee-shop-di-jogja-benarkah-jadi-ruang-pamer-fashion-yang-mengintimidasi/>
- Arfandi, M. W., & Arif, M. E. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 270–276. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.2.15>
- 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>
- Ayuna. (2021). *Maraknya Kedai Kopi di Yogyakarta, Tren Baru atau Lama?* Jogja Keren. <https://jogjakeren.com/maraknya-kedai-kopi-di-yogyakarta-tren-baru-atau-lama/>
- Cahya, B. T., Restuti, D. P., Safitri, A. A., & Veno, A. (2024). Analisis Minat Pembelian Secara Online Ditinjau dari Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kualitas Website (Studi pada Mahasiswa Pengguna

- shopee.co.id). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8, 41–52.
<https://doi.org/10.23917/benefit.v8i2.2156>
- Dwiputri, R., Isyanti, P., & Sumarni, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kofieboy. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 488–498.
<https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.855>
- Fathin, R. F., & Millanyani, H. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Rating terhadap Minat Beli pada Aplikasi Pemesanan Hotel Traveloka. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(1), 709–722.
<https://doi.org/10.31539/costing.v5i1.3045>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*.
- Hasanah, U., Pudjoprastyono, H., Cordelia Izaak, W., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). The Influence Of Online Customer Reviews And Online Customer Ratings On Product Purchasing Decisions In The Marketplace (Study On Shopee Application Users In East Java). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6956–6963. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Hayati, N., & Jayadi, D. (2024). Gaya Hidup dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Konsumen dalam Perspektif Kualitas Produk. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(4), 141–150.
- Hayati, R., & Dahrani. (2022). Pengaruh Brand Awareness terhadap Minat Beli Konsumen pada S Ova Kopi..SOSEK, 3(2), 60–69.
<http://jurnal.bundamediaгруп.co.id/index.php/sosek>
- Ira, G. (2024). *Keputusan Pembelian Gen Z Dipengaruhi oleh Influencer, Ini Daftar Produk Paling Banyak Dibeli*. GoodStats.
<https://data.goodstats.id/statistic/keputusan-pembelian-gen-z-dipengaruhi-oleh-influencer-ini-daftar-produk-paling-banyak-dibeli-TV148>
- Isnawati, S. I. (2022). Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 36–46.
<https://jurnal.unw.ac.id/index.php/jibaku/article/view/1415%0Ahttp://jibaku.unw.ac.id>
- Jr., J. F. H., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*.
- Khasanah, I. J., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2024). the Effect of Social Media and Viral Marketing Toward Purchase Decision At Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 147–154.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Kopp, C. M. (2024). *What Is Brand Awareness? Definition, How It Works, and Strategies*. July 25.
<https://www.investopedia.com/terms/b/brandawareness.asp>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). Marketing an Introducing. In *Pearson Education Inc.*
- MS, N. A., Sakti, D. P. B., & Mulyono, E. H. (2022). *PENGARUH VIRAL MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW MENGGUNAKAN MEDIA TIKTOK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING*. 2, 181–191.
- Pasaribu, A. F., Fadhila Rahma, T. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing , Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Prasastio, R. (2024). *Nongkrong di Coffee Shop: Bukan Sekedar Tren, Tapi Gaya Hidup Mahasiswa Jogja*. Kumparan. <https://m.kumparan.com/amp/rudhy-prasastio/nongkrong-di-coffee-shop-bukan-sekedar-tren-tapi-gaya-hidup-mahasiswa-jogja-22hM7491o0B>
- Prasetyo, F. I., Budiyanto, M. A., & Reformasi, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Online di Marketplace Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 58–67. <https://doi.org/10.55784/jueb.v1i3.261>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Sapto Bagaskoro, D., Aditya Alamsyah, F., Tonda, F., Kamil Hafidzi, M., Hanif Fatturrohman, M. R., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754–763. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.116>
- Purwanto, A. (2021). *Kota Yogyakarta: Kota Pelajar, Wisata, dan Budaya*. <https://www.kompas.id/baca/daerah/2021/07/12/kota-yogyakarta-kota-pelajar-wisata-dan-budaya>
- Rahardjo, A. P., & Simatupang, F. S. (2024). *Fakultas Ekonoi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi 1 2 E-mail: 08(03)*, 1–13.
- Redaksi. (2024). *Bongkar Kehidupan Barista dan Sisi Gelap Dunia Kopi di Jogja*. Mojok.Co. <https://mojok.co/movi/bongkar-kehidupan-barista-dan-sisi-gelap-dunia-kopi-di-jogja/>
- Rizqullah, M. R., & Indrawati, I. (2022). the Influence of Viral Marketing Through Tiktok on Consumers' Attitude At Shopee. *Journal of Global Business and Management Review*, 4(1), 66. <https://doi.org/10.37253/jgbmr.v4i1.6369>
- Salsabilla, N., & Handayani, T. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Di Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1759–1769. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3272>
- Sarah, Y. (2024). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen PENGARUH ONLINE*

CUSTOMER REVIEW DAN LIVE STREAMING Jurnal Ekonomi dan Manajemen. 6(3), 171–185.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Wahyuni, S., & Saifudin. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen Rocket Chicken di Salatiga). *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 133–155. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i1.586>

Widya, C. A., & Riptiono, S. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram Di 1 Kecamatan Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 1(1), 76–84. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v1i1.392>