

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham. 2016. *Analisis Pengaruh Strategi Harga, Strategi Produk, Dan Desain Atmosfer Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pada Toko Musik K-Musik Imogiri-Bantul Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Andini. 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)*. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
- Furqon, M. A. (2020). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 79. <https://doi.org/10.33603/jibm.v4i1.3311>
- Gantiano, H. E. (2019). Fenomena Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Sosial. *Dharma Duta*, 15(1). <https://doi.org/10.33363/dd.v15i1.163>
- Guiltinan dan Gordon .1994. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Gusrita, D., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaijan Wanita Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 944. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i4.5674>
- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan Keempat". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque, M. T., & Samboro, J. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Joni Batu. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 129–133.
- Indrawati dkk. 2017. *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi*. Bandung: Penerbit PT Refika Aditama.
- Ita. 2014. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*. Vol 8. No 2 April 2014.
- Kosasih, I. (2016). Peran Media Sosial Facebook dan Twitter dalam Membangun Komunikasi (Persepsi dan Motifasi Masyarakat jejaring Sosial Dalam

- Pergaulan). *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 2(1), 29–42.
- Kotler dan Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kristanto, O. D., Indraningrat, K., & Prasetyaningtiyas, S. (2017). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Rmbl. *Bisma*, 11(1), 62.
- Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis ?*. Edisi 4. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laili Hidayati, N. (2018). Pengaruh viral marketing, online consumer riviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(3), 77–84.
- Limakrisna dan Wilhelmus. 2012. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Edisi pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manullang. 2008. *Dasar - Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University
- Mukhlason, A., & Aljawi, A. Y. (2012). Jejaring Sosial Dan Dampak Bagi Penggunaanya. *Teknologi*, 1(1). Press.
- Purnama. 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain Ruangan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Pada Kafe Kopi Serious Surakarta*. Skripsi. UM Surakarta. Surakarta.
- Putri dkk. 2020. Pengaruh Viral Marketing Dan Online Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2016 Pembeli Accessories Gadget Di Tokopedia). *E-Jurnal Riset Manajemen*.
- Rahmi, & Yogia. (2015). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau). *Valuta*, 1(1), 149–172.
- Ristania dan Jerry. 2012. Analisa Pengaruh Harga, Promosi Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Online Shop” S-Nexian Melalui Facebook. *Journal Of Business Strategy And Execution*.
- Roti, P., & Di, C. (2015). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 1 No. 2 Desember 2015*. 1(2), 143–161.
- Sari, A., Kaloka, K., Suryaningsih, I. B., Indraningrat, K., Manajemen, J., Ekonomi, F., Unej, U. J., & Kalimantan, J. (2016). *Pengaruh Viral Marketing*

Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen pada Instagram @ MAKANANJEMBER (Effect of Viral Marketing Against Customer Buying Interest Through Customer Trust in Instagram @ MAKANANJEMBER).

- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16(2), 1–7.
- Setiyaningrum dkk. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Siregar. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Siti Nur Nahya, N.Rachma, A. R. S. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen DRK Cafe Bondowoso). *Universitas Islam Malang*, 8(11), 1–16.
- Sitorus dan Novelia. 2017. *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*. UM Prof. Dr. Hamka. Jakarta.
- Sp, W., Tresna, D., & Nurlela, S. (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT “X.” *Proceeding Seminar Nasional Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt “X,”* 1(Viral Marketing), 9. www.internetworldstats.com
- Sudana dan Rahmat. 2018. *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data dengan SPSS*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Suryani, ita. (2015). *Jurnal komunikasi*, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)*, 8(April 2014), 123–138.
- Susilowati, R., Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2109). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online Pada Konsumen King Mango yang Merupakan Followers Akun Instagram @ Kingmangosurabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 66(1), 1–9.
- Tendean, M. R., Mananeke, L., Roring, F., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2020). *M .R .Tendean ., L . Mananeke ., F . Roring ... PENGARUH VIRAL MARKETING , STORE LOCATION DAN FOOD QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MCDONALD ' S MANADO THE EFFECT OF*

VIRAL MARKETING , STORE LOCATION AND FOOD QUALITY ON PURCHASE DECISIONS IN MCDONALD. 8(1), 146–155.

Tumbuan, W. J. F. A., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Food Quality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mom Milk Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2721–2730.

www.facebook.com/arsa.beng2510

