

## DAFTAR PUSTAKA

- Achyunda, R., & Wulan, R. R. (2017). *Narasi Sebagai Strategi Viral Marketing Pada Akun Foodstagrammer@ makanpakereceh. eProceedings of Management, 4(2)*.
- Afandi. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Yogyakarta : Nusa Media.
- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship, 10(2)*.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Anang dan Budi. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Anas, A. A., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh celebrity endorser terhadap keputusan pembelian di eiger store royal plaza surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8(3), 953-958*.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 4(1), 39-50*.
- Asriani, D. (2017). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Viral Marketing Influence on Purchasing Decisions. *Prosiding Manajemen. Volume 3, No.1, Tahun 2017. ISSN: 2460-6545*
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Ayu, J. N. R. (2019). Efektifitas viral marketing dalam meningkatkan niat dan keputusan pembelian konsumen di era digital. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA), 2(1)*.
- Chandra, D., & Cahyanti, M. M. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Word of Mouth (Wom) terhadap Keputusan Pilihan Kampus Mahasiswa Manajemen Institut Teknologi Dan Bisnis Asia Malang.
- Cindy, M. A. 2023. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2013-Januari 2023)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023> [September 2023]
- Daengs, A., Istanti, E., & Kristiawati, I. (2022). PERAN TIMELIMENES DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER SATISFACTION, CUSTOMER LOYALTY PT. JNE. *Jurnal Baruna Horizon, 5(1), 1-7*.

- Dairina, L. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 118-134.
- El-Haq, S. N., & Nurtjahjani, F. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SOMETHINC DI TIKTOK SHOP. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 20-25.
- Ervina, V. dan Meitriana, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kopi Merek Moola Pedawa. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 7 No. 1, Bulan April Tahun 2021 P-ISSN: 2476-8782
- Fajriyah, A., & Karnowati, N. B. (2023, January). Pengaruh Viral Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap. *In Prosiding University Research Colloquium (pp. 98-112)*.
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. *Prosiding SENAPENMAS*, 1209-1218.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hafas, H. R., & Azhmy, M. F. (2017). Dampak Perilaku Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk pada Mini Market. *Jurnal Ilman*, 5(2), 51-65.
- Harahap dan Amanah. 2018. *Pengantar Manajemen*. Bandung : ALFABETA
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal keuangan dan bisnis*, 7(3), 227-242
- Hasibuan, Malayu S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Holwati, R., Setyowati, T., & Reskiputri, T. D. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Online Marketing, Dan Store Location Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Pada UMKM Arsa Holtikultura Desa Karangsono). *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 6(2), 157-163.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Irawan, A. (2019). *Pengaruh Viral Marketing Dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi*

*Pada Pengguna Produk Smartphone Merek Oppo Di Kota Makassar*). Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar.

Joesyiana, K. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop shopee di pekanbaru. *Jurnal valuta*, 4(1), 71-85.

Julianti, D. A., & Junaidi, A. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Baso Aci Akang Citra Raya Tangerang. *Prologia*, 4(1), 75-81.

Karimah, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing dan Labelisasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Banda Aceh. (*Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry*).

Kotler dan Keller (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kurniasih, S. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Manajemen Pemasaran di PT. Lautan Teduh Punggur. (*Doctoral dissertation, IAIN Metro*).

Kurniawan, F., Komariah, K., & Danial, R. D. M. (2022). Analisis Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 1888-1893.

Latief, Rusman. 2018. *Word Of Mouth Communication Penjualan Produk*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727.

Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*, 1(1).

Maryati, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. (*Doctoral dissertation, Prodi Manajemen*).

Masturi, H., & Hardini, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Karate-Gi Merek Hokido Di Lima Dojo Wilayah Dki Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2).

- Muanas, A. (2014). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(12), 1-11.
- Mulyadi, W. W. (2020). *Pengantar Manajemen*. Banyumas: Pena Persada.
- Naim, dan Asma. (2019). *Pengantar Manajemen*. Purwoerjo Pasuruan: Qiara Media Partner
- Nasruddin. (2021). PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA DI PT. HADJI KALLA CABANG PALOPO. (*Manajemen, Ekonomi, Universitas Andi Djemma*)
- Nasution, A. A., Safri, H., Bariah, C., & Ritonga, Z. (2023). *Manajemen Pemasaran Syariah dan Konvensional*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian skincare MS GLOW. *Jurnal manajemen modal insani dan bisnis (jmmib)*, 2(1), 50-57.
- Nisa, N. R., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN GRAB CAR MAHASISWA FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI UNIVERSITAS ISLAM MALANG). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(1), 59-66.
- Nugraha, D., & Saraswati, T. G. (2015). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis. *eProceedings of Management*, 2(1).
- Nugraha, F. A. A., Suharyono, A., & Kusumawati, A. (2015). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (studi pada konsumen kober mie setan jalan simpang soekarno-hatta nomor 1-2 Malang). Brawijaya University.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183-188.
- Panjaitan, Roymon. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Penerbit Sukarno Pressindo.
- Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness

- sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 59-69.
- Prayogo, et. al. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 754-763.
- Prisnawati, L. R. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Kualitas Produk, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Hot Chicken Flavor Ramen di Kabupaten Kebumen. (*Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa*).
- Rahayu, P. dan Edward, M. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen produk Smartfren Andromax (studi pada mahasiswa kampus ketintang Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(1).
- Ridwan dan Sunarto, 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta, Bandung. Hal 24 – 25
- Rohman, abd. 2017. *Dasar dasar Manajemen*. Malang : Inteligencia Media
- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197-210.
- Santosa, T., & Budi, Y. R. (2017). *ANALISA PERKEMBANGAN UMKM DI INDONESIA PADA TAHUN 2017 - 2019*. 57–64.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. (*Doctoral dissertation, Udayana University*).
- Sarinah dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : CV Budi Utama
- Saripudin, A., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 99-108.
- Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Manajemen Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susanto, Agus 2018. *Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmlati*. Universitas Negeri Semarang
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160-166.
- Syamsuddin, S. (2017). Penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam meningkatkan mutu pendidikan. *Idaarah*, 1(1), 338000.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy., & Gregorius, Chandra. (2018). *Pemasaran Strategik*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi offset.
- Winarso, Widi (2020) Pengantar Manajemen. In: Pengantar Manajemen. Pena Persada, pp. 1-168. ISBN 978-623-315-119-1
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Yuliana, Y., & Hutasuhut, J. (2019, October). *PENERAPAN WORD OF MOUTH UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PADA JASA PENGINAPAN DI KECAMATAN BAHOROK*. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN* (Vol. 2, No. 2, pp. 1668-1673).
- Yusuf, M., & Kholid, M. (2018). Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Knsumen serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Admnnistrasi Bisnis*, 60(1).
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi* (1st ed.). Forum Pemuda Aswaja.
- Zaki, K. (2020). *Manajemen Syariah Viral Marketing dalam Perspektif Pemasaran Syariah*. Jawa Tengah: Cv. Amerta Media.