

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. Rivai, dkk. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk kementerian perdagangan RI*. Jakarta. Kementerian Perdagangan RI.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Aer, Yosie, 2014. *Analisis Media Sosial 'Path' Sebagai Media Informasi di Kalangan Klub Basket Total E&P Indonesia Balikpapan*. E-Journal Ilmu Komunikasi, Vol 2, Nomor 4.
- Akdeniz, Chaz, 2015. *Viral marketing Explained*. Germany: Bad Bodendorf
- Akyol, Seyda, 2013. *Social Media and Marketing: Viral Marketing*, Academic Journal of Interdisciplinary Studies; VOL.2, No. 8:586-590, E-ISSN: 2281-4612, ISSN: 2281-3993
- Ali Hasan. 2010. *Marketing*. Yogyakarta : Media Presindo
- Alikiliç, Özlem Aşman, Halkla İlişkiler, 2011. *Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar*. Yeni Teknikler, Efil Yayınevi, İstanbul.
- Andini, N.P., Suharyono & Sunarti, 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*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 11, No. 1:1-6
- Anggraeni, Penia dan Putu Nina Madiawati. 2016. *The Effect of Trust Information Quality Online Purchase Decision on the Site www.Traveloka.com*, e-Proceeding of Management, Vol. 3, No. 2. Hal. 1-8. ISSN: 2355-9357
- Barnes, J. G. 2008. *Secrets of Customer Relationship Management*. ANDI. Yogyakarta
- Budi, A. 2014. *Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Fokus Ekonomi 9(1): 96-108.
- Dahan, Sanje Gresi, 2012. *Sanal Dünyada E-A-Özdan A-Öza Pazarlama Üzerine Bir önceleme*, Sosyal Medya ve Ekonomi, Editörler: TolgaKara,Ebru Özgen, Basım Yayınevi Dağöten A.Ş., İstanbul.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Bandung: PT. Sarana Tutorial NuraniSejahtera.

- Dawar, Sunny & Prince Dawar. 2015. *Viral Marketing: A Concept of Paradigm Shift in Marketing*. International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR), Vol. 4, No. 5. Hal. 35-38. ISSN: 2319-4421
- Devi, M. Renuka. 2015. *Recent Trends in Viral Marketing and its Transmission*, Indian Journal of Research ISSN - 2250-1991, Volume: 4. Issue: 7 .
- Djawahir, Kusnan. 2011. *Teknologi Jadikan Konsumen Lebih Cerdas*. SWA. 7 Maret. Diakses 9 Februari 2017.
- Aghdaie, S. F. A., Ali Sanayei & Mehdi Etebari. 2012. *Evaluation of the Consumers' Trust Effect on Viral Marketing Acceptance Based on the Technology Acceptance Model*, International Journal of Marketing Studies, Vol. 4, No. 6. Hal. 79-94. ISSN : 1918-719X E-ISSN 1918-7203
- Fian, J.A. dan Tri Yuniati. 2016. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No. 6. ISSN : 2461-0593
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamed. 2017, *Investigating Effects Of Viral Marketing On Consumer's Purchasing Decision (Case Study: The Students Of The Administrative Sciences College- Najran University)*, British Journal of Marketing Studies, Vol.5, No.4, hal. 63-73. ISSN: 2053-4043 (Print), ISSN: 2053-4051 (Online)
- Ingenhoff, D., & Sommer, K. 2010. *Trust in companies and in CEOs: a comparative study of the main influences*. Journal of Business Ethics, 95, 339-355.
- Ishak, A. dan L. Zhafitri. 2011. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas : Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs*. Jurnal siasat bisnis 15(1) : 55-66.
- Jayanti, R. D., 2015. *Pengaruh Harga dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian secara Online : Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang*. Ejournal.stiedewantara.ac.id, Vol. 10, No. 1:13-27. ISSN : 1907-7513
- Kaplan, Andreas. M. dan Haenlein, Michael. 2011. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kim, Y., & Lowrey, T. M. 2010. *Marketing communication on the Internet*. Wiley International Encyclopedia of Marketing.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing Fifteenth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management* (14th ed). United State: Pearson
- Laely, Nur. 2016. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri*. JMM17 Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. 3, No. 2. Hal. 61-74.
- Laudon, Kenneth C & Traver, Carol Guercio. 2014. *E-commerce 2014, Business. Technology. Society, Tenth Edition*. England: Pearson Educated Limited
- Leeraphong, A. and Mardjo, A. 2013. *Trust and Risk in Purchase Intention through Online Social Network: A Focus Group Study of Facebook in Thailand*. Journal of Economics, Business and Management, 1(4), 314-318
- Lekhanya, Lawrence Mpele, *The Impact Of Viral Marketing On Corporate Brand Reputation*, International Business & Economics Research Journal – March/April 2014 Volume 13, Number 2.
- Lita, R. P. 2009. *Pengaruh Kepercayaan Pada Komitmen Loyalitas Pelanggan*. Trikonomika. Jakarta
- Mahkota, A.P., Imam Suyadi & Riyadi. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online : Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8, No. 2. Hal. 1-7
- Nurlaela, Tresna S. 2013. *Efektivitas Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT.ABC*. Universitas Widyatama.
- Pratama, Gama, W. 2015. *Pengaruh informasi dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada forum jual beli (FJB) kaskus*. Skripsi Universitas Telkom
- Radovan Bacik dan Igor Fedorka. 2017. *Viral Marketing as Part of Marketing Promotion Mix*, exclusive e-Journal, ISSN : 1339-4509
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama - Jakarta. Cetakan kedua belas : Agustus. ISBN : 978-602-031-921-6
- Rose, S., Hair, N. and Clack, M. 2011. *Online Customer Experience: A Review of the Business-to-Consumer Online Purchase Context*. International Journal of Management Reviews, 13, 24–39
- Situmorang, James R. 2010. *Pemasaran Viral*. Jurnal Administrasi Bisnis, vol.6, No.1: h.59-71. Diakses 3 Februari 2017. ISSN: 0216-1249

- Skrob, John Robert. 2005. *The Viral Marketing Model as a model for open source*. Austria: University of Applied Science Kufstein. Diakses 7 Februari 2017.
- SP, Sri Wiludjeng dan Tresna Siti Nurlela, 2013. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT X. Surakarta: Universitas Widyatama. Hal. 51-59. ISBN: 978-51-636-147-2
- Strauss, Judy & Raymond Frost. 2014. *E Marketing Seventh Edition*. England: Pearson
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: PT Alfabeta
- Suhir, M., Imam Suyadi dan Riyadi. 2014. Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online : Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.com, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 8, No. 1. Hal. 1-16
- Sukma, Abdurrahman Adi., 2012, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian *Social Networking Websites*, Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Purba, R. S. 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; 469-474. ISSN : 2442-5826
- Thomson, 2013. Analisis Pagaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung UcoK Durian IskandarMuda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. FE USU
- Tosun, Babür Nurhan, Levi, Eser, *Marka Topluluğu Yaklaşımında Sosyal Medyanın Kullanımı*, Derleyen: Aydoğan, Filiz, Akyüz, Ayşen, İkinci Medya çağında İnternet, Alfa Basım Yayım Dağıtım San.ve Tic.ltd.üti., İstanbul,2010.
- Utari, Prahastiwi. 2011. Media Sosial, *New Media* dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta. Aspikom
- Velina, 2010. Analisis Kampanye “Sariwangi Mari Bicara” dalam Menerapkan Strategi *Viral Marketing* untuk Membangun *Brand Awareness*. Jakarta: Universitas Atmajaya
- Wahyuni, Ika. 2016. Strategi Viral Marketing Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Selfie Contest Avoskin Beauty*. Yogyakarta: Universitas Sunan Kalijaga

Widiyanto Bangun Prasetyo, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi pada Swalayan Luwes Purwodadi. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 2 No. 3 tahun 2013

Wijaya, Tommi dan Eristia Lidia Paramita, 2014. Pengaruh *Electronic Word of Mouth (eWOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. ISBN: 978-602-70429-1-9.

Wilson, R. F. 2012: *The Six Simple Principles of Viral Marketing*. Web Marketing Today, Grand Junction, Colorado.

Wiratna Sujarweni. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru-Yogyakarta. ISBN : 978-602-0874-11-1

Yang, Xiaofang, 2012. *Viral Marketing a new brand strategy to influence consumers*, Thesis submitted to the Faculty of Graduate and Postdoctoral Studies in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master in Communication

Yuan, W. 2010. *Improved trust-aware recommender system using small-worldness of Trust Networks*. Dissertation for the degree of PhD, the faculty of the graduate school of computer engineering, Kyung Hee University, Seoul, Korea.

Pedoman Penyusunan Skripsi, Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

<http://junaidichaniago.wordpress.com>

www.k-link.co.id