

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2013. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut Word of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo
- Ali Hasan. 2019. *Marketing*. Yogyakarta : Media Utama.
- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2013. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons
- Arina Robbyatul Maulida, Haris Hermawan, Ahmad Izzuddin. 2022, Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, Vol 9 No.1, hlm. 27-37
- Arikunto, Suharsimi, 2012. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, Jakarta : PT Rineka Cipta
- A.Shimp, Terence. 2013. *Periklanan Promosi*. Jakarta : Erlangga.
- Bilson, Simamora. 2016. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2016. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice* (6th ed.). Pearson
- Cyntia Sari, R. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Kinerja Operasional Terhadap Keputusan pembelianPelanggan Shopee. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol 2, No. 4 hlm 23-37
- Daniel dan Renny. 2020. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Vol 10 No 1. hlm 23-45
- Dedi Purwana, Rahmi, Shandy Aditya. 2017. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit”. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, Vol 1 No 1, hlm 1-15
- Dewi. 2020. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. Edisi ke-VI. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. Vol 1 No 1 hlm 12-49
- Diana Triwardhani. 2021. Pengaruh Promosi Digital Pada Keputusan Pembelian Agensi Iklan Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*. Vol 1 No 3 hlm 1-16

- Eltai. 2017. Investigating Effects Of Viral Marketing On Consumer's Purchasing Decision. *British Journal of Marketing Studies*. Vol.5 No.4, hlm 46-61
- Febrian, Sally Meuthia. 2018. Pengaruh brand awareness terhadap keputusan pembelian produk zara (Studi pada Konsumen zara sun plaza medan). *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*, hlm. 1-29
- Ferdinand, Augusty, 2016, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ferdinand, Augusty. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*.BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Flavian dan Giunaliu. 2018. Measure on web usability Website. *Journal of Computer Information Systems*. Vol 48 (No.1) hlm 17-23
- Fransilia dkk. 2019. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 9 No 1 hlm 1-12
- Ghozali, Imam. 2017. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 24 Update Bayesian SEM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gregg, Dawn G., Steven, Walczak. 2017. The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. *Electron Commerces*, Vol. 10, pp. 1- 10.
- Hair, dkk. 2012. *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition* Edition 6. New Jersey
- Haryadi., 2016. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Hermawan, Agus. 2011. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Ho, Y. C., & Melanie, Dempsey. 2017. Viral marketing: motivation to forward online content. *Journal of Business Research*, 63 (9-10), 1000-1006
- Ibrahim. 2019. The Role Of Trust In Understanding The Impact Of Social Media Marketing On Brand Equity And Brand Loyalty. *Journal of Relationship Marketing*. Vol 19 No 3, hlm 87-102
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE

- Jasfar. 2012. *Sinergi Kualitas Jasa Ritel dan Pemasaran Korelasian terhadap Ritensi Pelanggan*. Jakarta: Universitas Trisakti
- Juhaeri. 2020. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepercayaan Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang Angkatan 2015 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Facebook. *Jurnal ekonomi*. Vol 1 No 3 hlm 42-64
- Juni, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta
- Khoziyah dan Lubiz. 2021. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @Kpopconnection. *Jurnal ilmu komunikasi*. Vol 10 No 1 hlm 99-113.
- Kotler, Philip., & Gary, Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane 2018. *Marketing Management (14th ed. Horizon Edition)*. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Mahalax. 2017. A Study On Impact Of Digital Marketing In Customer Purchase Decision In Trichy. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 6 No 2. hlm 115-142
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Muljono, Ryan Kristo. 2018. *Digital Marketing Concept*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Octavia, Azalia Calvina. 2021. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Flaminggo Collection. *Jurnal Edunomika*. Vol. 05, No. 02, hal 709-725.
- Perwira, Riski Adi. 2017. Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX.co.id). *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta* hlm. 1-29
- Richardson, M. P., & Bachman, E. 2014. *Viral Marketing dalam Seminggu*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.

- Rio dkk. 2020. The Effect Of Viral Marketing On Purchase Decision With Customer Trust As Intervening Variable. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 4 No 2 hlm87-95
- Risyda. 2021. Pengaruh Viral Marketing Dan Digital Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Lokal Di Masa Pandemi Covid 19. *Humanities Management and Science Proceeding*. Vol 1 No 2 hlm 103-142
- Rudi dkk 2019 The Influence Of Viral Marketing On Online Purchasing Decision. *Advances in Economics, Business and Management Research* Vol 1 No 2 hlm 22-41
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2014. *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2018. *Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7.* PT. Indeks, Jakarta
- Sekaran, Uma. 2014. *Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. 2017. Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. *Journal of Retailing* 77(2), 203-220
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2016, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Waro, Siti S. dan Widowati, Maduretno. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Celebrity Endorser, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce di Kota Semarang. *Jurnal EMBA*. Vol 11 No 4, hal 2221-2245.
- Yuliana. 2019. Penggunaan Teknologi Internet Dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* Vol. 2, No. 1 hlm 69-82
2020. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Muria Kudus

<https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>, diakses pada 25 November 2021 Pukul 13.46 WIB