

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, N., & Permana, B. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 594–605.
- 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)*, 11(1), 1–6.
- Ashari, R. M. H., & Sitorus, O. F. (2023). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 7(1), 38–46.
- Bloom, N., Romer, P. M., Terry, S. J., & Reenen, J. Van. (2013). A trapped-factors model of innovation. *American Economic Review*, 103(3), 208–213.
- Danuwijaya, N. A. Z. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Berbasis Konten Tiktok Terhadap Pembentukan Brand Image Dear Me Beauty*. Universitas Telkom.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–32.
- Firdaus, M., Rachma, N., & Rizal, M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Kemanfaatan dan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Shopee Online Shop. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(17), 138–155.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanjaya, B. S., Budihardjo, B. S., & Hellyani, C. A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm. *Jrime : Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 92–101.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). New Jersey : Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0 : Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Boston : Pearson Education.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand

- Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152–159.
- Mahardika, I. B., & Rubiyanti, R. N. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Ms Glow Di Kota Karawang. *EProceedings of Management*, 10(1), 67–75.
- Meha, R. H. (2019). *Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mileva, D. N. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Surabaya Snowcake (Studi Pada Masyarakat Surabaya Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 446–452.
- Mustafid, A. G. (2008). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang "Kenali" Pada Pd Asa Wira Perkasa Di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2).
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(2), 741–773.
- Natalia, L., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 47–52.
- Nuridin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya : Media Sahabat Cendikia.
- Pauzy, D. M. (2022). *Buku Manajemen Pemasaran: Ulas Tuntas Strateginya*. Yogyakarta : Deepublish.
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta : Andi.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Sibtiyah, L., Riyanto, A., & Prasetyo, H. (2023). The Influence of Social Media on Consumer Behavior and Cultural Changes. *Journal of Technology and Society*, 3(9), 78–89.
- Sitanggang, F., & Nasution, J. (2023). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM Di Kota Medan. *Cemerlang: Jurnal Manajemen*

Dan Ekonomi Bisnis, 3(1), 225–235.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukadji, S. (2000). *Menyusun Dan Mengevaluasi Laporan Penelitian*. Jakarta : UI-Press.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
- Suryanto, M. H. (2019). *Manajemen Pengambilan Keputusan Saluran Distribusi*. Yogyakarta : Deepublish.
- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *JBM Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 169–178.
- Thompson, A. A., Peteraf, M., Gamble, J. E., & Strickland, A. J. (2017). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage : Concepts and Cases*. New York : McGraw-Hill.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta : Andi.
- Ulya, F. N., & Djumena, E. (2021). *Riset: Masyarakat Lebih Banyak Belanja Online Dibanding Offline*. Kompas.Com.
- 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.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : Indeks.
- Wiludjeng, S., & Nurlela, T. S. (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt “X.” *Proceeding Seminar Nasional Dan Call for Papers Sancall*, 51–59.
- Wiranata, I. K. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery BatuBulan. *EMAS*, 2(3), 133–146.
- Yohandi, S., Yuliana, Y., Arwin, A., Lisa, & Ivone. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 182–186.