

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Natasya, P., Suhartyono & 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*, 11(1).
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media
- Fitriyanti, A., & Kuswanto, H. (2022). Digital and social media for business communication: Strategy, trend, and platform. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 25(1), 81-88.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Hennig-Thurau, T., Hofacker, C. F., & Bloching, B. (2013). Marketing the pinball way: Understanding how social media change the generation of value for consumers and companies. *Journal of interactive marketing*, 27(4), 237-241.
- Hidayati, N. L. (2018). Viral Marketing Online Consumer Reviews dan Harga terhadap keputusan pembelian di shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 6(3).
- Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2016). Higher Education and the Digital Revolution: About MOOCs, SPOCs, Social Media, and the Cookie Monster. *Business Horizons*, 59, 441-450.
- Kaplan., H., (2011). *Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Paris: Business Horizon.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. D. (2016). *Marketing management, 15th edition*. United States: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Harlow: Pearson.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3), 311.
- Madcoms. (2010). *Kupas Tuntas Adobe Dreamweaver CS5 dengan Pemrograman PHP & MySQL*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

- Nggilu, M., Tumbel, A. L., Djemly, W. (2019). Pengaruh viral marketing celebrity endorser dan brand awareness terhadap keputusan pembelian pada geprek bensu Manado. *Jurnal Emba*. 7(3).
- Julianti, N. L. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toserba Nusa Permai. *Jurnal Emba*. Vol. 4 No. 1
- Sandala, D., Massi., J. D. D., Tumbuan, W. J. F. A. (2019). Pengaruh viral marketing food quality dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk mom milk Manado. *Jurnal Emba*. 7(3).
- Sandy, K., Thoyib, S., & Christianingrum. (2020). Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Angkatan 2016-2018. *Holistic Journal of Management Research*, 17-27.
- Sitinjak, Tumpal J. R., & Sugiarto. (2006). *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet