

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku & E- journal :**

- Aaker, (2018) Manajemen Ekuitas Merek, Jakarta : Mitra Utama
- Agus Hermawan (2015). Komunikasi Pemasaran . Jakarta: Erlangga.
- Andini, Natasya Putri. (2014). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian
- Artika Surniandari (2017) Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Sariz
- Fandy Tjiptono (2012), *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Penerbit : Andi. Yogyakarta
- Fatimah, S. (2014) Pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian pelembab Wardah pada konsumen Al Yasini Mart Wonorejo
- Jaiz, Muhammad (2014), Dasar-dasar Periklanan. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012), *Manajemen Pemasaran, 14<sup>th</sup> Editor*.United States of America: Pearson
- Kotler, dan Keller (2012), *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Morissan, M. A., 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- M.Suyanto 2007, Marketing Strategy Top Brand Indonesia, Yogyakarta: C.V Andi Offset, hlm.141.
- Neti, Sisira. (2011). Social Media Anda Its Role In Marketing. India.
- Riskyawan, Ervianty Miladiah (2019) The Use of Digital Marketing Communication Media as a Tool to Achieve Brand Awareness of Kitchenindo Products
- Rosyid, Aji Normawan (2013) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Revo

Sucianingtyas. (2012) Pengaruh Celebrity Endoser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di kota Semarang

Sulistyo, Putro Bagus. Sudaryanto. Suagio, Ari (2015) Analisis Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Pembentukan *Brand Awareness* dan Keputusan Pembelian

Susilo, D., Putranto, Teguh Dwi. Navarro, Charles Julian Santos (2021) MS Glow For Men: Digital Marketing Strategy on Men's Facial Care Products

**Website:**

di akses pada 25 November 2021, pukul 00.13

Kemp, Simon. (2020). Digital 2020: Indonesia. Dalam : Dataportal  
<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>

diakses pada tanggal 24 November 2021, pukul 15.06

<https://www.instagram.com/msglowformen/?hl=id>

diakses pada tanggal 24 November 2021, pukul 16.40

<https://www.instagram.com/p/CS9UQXblSPf/>

di akses pada tanggal 20 Maret 2022, pukul 17.00

<https://goodstats.id/article/seberapa-besar-the-power-of-netizen-indonesia-di-instagram-ktfX4>

diakses pada tanggal 25 Maret 2022, pukul 14.45

<https://msglowformenid.com/>

diakses pada tanggal 30 Maret 2022, 20.24

<https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

diakses pada tanggal 15 September 2022, 15.20