

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A., & Endang, A. H. .2017. *Analisis Bisnis E-commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar..* Jurnal FSAINTEK UINAM, 3-4. doi:10.21412/insypro.v2i1.3246.g3088
- Ahmad Farih, Ahmad Jauhari, dan Eko Widodo. 2019. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening* dalam *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 4, No 1, Januari 2019.
- Al-Debei, Mutaz M; Akroush, Mamoun N; Ashouri, Mohamed Ibrahiem. 2015. "Consumer Attitudes Towards Online shopping: The Effects of Trust, Perceived Benefits, and Perceived Web Quality", *Internet Research*, Vol. 25No. 5, pp. 707-733.
- Alindra, Aput Ivan. 2015. *Analisis Pengaruh Digital marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Masa Pandemi Covid 19 Depok Sports Center*. Skripsi. Program Studi Ilmu Keolahragaan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Amir, Taufiq. 2013, *Manajemen Ritel*, PPM, Jakarta.
- Andini, N. P., Suharyono, & Sunarti. 2014. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11, 2-6.
- Andreas Kaplan and Michael Haenlein. *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Kelley School of Business, Business Horizon, Vol. 53, No. 1. 2013, h.61
- Anglesti Sari Kondang. 2016. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen pada instagram Kaloka, @makananjember*.
- Anita Susanti. 2015. *Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Minimarket Indomaret Dengan Almarket di Komplek Cahaya Kemang Permai Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi*. Universitas Negeri Semarang.
- Arifin, Ali, 2003. *Viral Marketing - Konsep Baru Berinvestasi & Berwirausaha*. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bagus, Putro Sulistyoyo. 2015. *Analisis Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*

- Ba, S. And Pavlou, P.A (2016). *Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: price premiums and buyer behavior*. *MS Quarterly*, Vol. 26, No. 3, pp 243-268.
- Basu Swasta. 2014. *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Chaffey, D. 2015. *E-Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation and Practice*. New Jersey: Prentice Hall.
- Chang, Shu-Hao; Chih, Wen-Hai; Liou, Dah-Kwei; Yang, Yu-Ting. 2016. "The Mediation of Cognitive Attitude for Online shopping", *Information Technology & People*, Vol. 29 Iss: 3, pp.618 – 646.
- Chiu, Chao-Min. Hsu, Meng-Hsiang. Lai, Hsiangchu. Chang, Chun-Ming. (2014). Determinants of customer repurchase intention in *online shopping*. *Online Information Review*. 33(04), 761-784
- Daniel Iman K dkk, *Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap Kesadaran Konsumen pada Produk Internasional*, Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang, Vol.24 No. 1
- Danis puntoadi. 2015. *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Komputindo,
- Dave Chaffey. *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation, and Practice*. (England: Pearson Education Limited,2015
- Dan Zarella. *The Social Media Marketing Book*. (Canada: O'Reilly Media, 2013), h.2-3
- Dedi Purwana ES, dkk, *Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*, h.7.
- Djuremi, Leonardo Budi Hasiolan dan Maria Magdalena Minarsih. 2016. *Pengaruh Lingkungan Kerja, Produk, dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pasar Kota Semarang*. *Journal of Management*, Volume 2 No.2 Maret 2016.
- Dobele, A., Teleman, D., & Beverland, M. (2014). *E-Talking: Viral Marketing To Spread Brand Message*. *Research Gate*, 1(1), 1-20.
- Durianto Dumadi, Sugiyanto dan Toni Sitinjak.2013. *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*.Jakarta:Gramedia.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset
- Firnidia, Linda. 2017. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Jepara*.Semarang. Universitas Negeri Semarang.
- Gefen, david. 2014, *Costumer Loyalty in E-commerce*", *Journal of the Association for*

Information systems, Volume 3.

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, 21 Update PLS Regresi Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glennardo, Y. 2018. *Viral Marketing Sebagai Media Pemasaran Sosial Dalam Mendongkrak Kesadaran Masyarakat Untuk Berperan Aktif Dan Bergabung Dengan Organisasi Non Profit/Niarlaba.*". Semarang: *Journal of Management Studies*. Vol. 10. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdani, Muhammad Yusuf. 2018. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang pernah Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial Instagram)* dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 60 No.1, Juli 2018.
- Hasibuan, M. 2017. *Organisasi dan Produksi. Dasar Peningkatan Prodiktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayati, Nur, Laili. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol.06, No.3
<https://apjii.or.id/survei2017> (diunduh pada 12 Mei 2022)
- Imam Hanafi. 2014. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Masa Pandemi Covid 19 Pada Swalayan Indomaret Klakah Kabupaten Lumajang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPF.
- James R. Situmorang. 2013. *Pemasaran Viral-Viral Marketing* dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No 1, 31 Agustus 2013.
- John C. Mowen dan Michael Minor. 2015. *Perilaku Konsumen* .Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Julian. Ding, 2015, *e commerce, Law dan Practice*, Bandung.
- Julianan. 2017. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2015. *User Of The World, Unite! The Challenges nd Opportunities Of Social Media*. Elsevier, 53(1), 59-69.
- Kim, Changsu. Galliers, Robert D. Shin, N. Ryoo, Joo-Ha. Kim, J. 2017. *Factors influencing internet shopping value and customer repurchase intention*. *Electronic Commerce Research and Applications*. 11, 374-131

- Kim, Young Hoon & Kim J. 2015. *A study of online transaction self-efficacy, consumer trust, and uncertainty reduction in electronic commerce transaction. The 38th Hawaii International Conference on Systems Sciences*
- Khorik, Atul Aliyah, 2017. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian dengan Viral Marketing sebagai Variabel Intervening,*
- Kotler, Amstrong. 2017. *Prinsip-prinsip pemasaran 1.* Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan K. Lane. 2015. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan).* Jilid II. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga
- Kumar, Nirmalya., Scheer, Lisa K., Steenkamp, Jan-Benedict E. M. 2015. *The effects of perceived interdependence on dealer attitudes. Journal of Marketing Research.* 32(3). 348-356
- Liao,Z., & Cheung, M.T. 2013. *Internet-based E-Shopping and Customer Attitude: an Empirical Study,Information and Management,* 8:229-306.
- Law, K. 2014. *Impact of Perceived Security on Conumer Trust in Online Perusahaaning.* Disertasi yang tidak diterbitkan. AUT University. Auckland, New Zealand.
- Liu, C., et.al. 2014. *Beyond Concern: A Privacy-Trust-Behavioral Intention Model Of Electronic Commerce.* Information and Management, Vol.42, 127-142.
- Lik Khoerhikmah dan Agus, W. 2018. *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian.*
- Lendo, Ratyh Rizka. 2013. *The Influence of*
- Mathis, Robert L. dan John H. Jackson. 2016. *Pemasaran Jilid 2.* Jakarta : Grafindo
- M. Misbakhul Munir. 2017. *Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Masa Pandemi Covid 19 Pada Minimarket Permata di Kecamatan Balapulang.* Universitas Diponegoro Semarang.
- Ma'ruf, Hendri. 2013. *Pemasaran Ritel PT.* Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Mahmudah, Siti. 2014. *Pengaruh Kepemimpinan, Produk, Kepercayaan, Lingkungan Kerja, Kepercayaan dan Kompensasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Masa Pandemi Covid 19 (Studi pada LKMS BMT Jaringan Muamalat Center Indonesia Wilayah DIY).* Skripsi. Jurusan Keuangan Syariah Fakultas Suari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Mayer, Roger C., Davis, James., Schoorman, F. David. 2015. *An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review* 20(3), 709-734
- McKnight, D. H Choudhury, and Kacmar, C. (2015). *Special Issue on Measuring e-commerce in Net-Enabled Organizations. Developing and Validating Trust Measures for e-commerce: An Integrative Typology Information Systems Research*. 13:334-359
- Mowen, John C. dan Michael Minor, 2014. *Perilaku Konsumen*, Jakarta:
- Mudrajad Kuncoro, 2015. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Natasya Putri Andini et.al, 2-14. *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)* dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 11, No. 1, Juni 2014.
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. 2019. *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Niti Susastro, Mulyadi. 2015. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPF.
- Paramitha, Cindy Rizal Putri Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Palanggan dalam Bidang Kuliner. Thesis. Semarang: fak. Ekonomi UNDIP
- Park, Chung-Hoon; Kim, Young-Gul. 2013. "Identifying Key Factors Affecting Consumer Purchase Behavior in an Online shopping Context", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 31 Iss 1, pp. 16 – 29.
- Peter, J. Paul & Olson, Jerry C. 2018. *Perilaku Konsumen dan Stretegi Pemasaran* (Dimas Sihombing: Terjemahan
- Purba, Rikki Suria. 2016. *Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University Pada Tahun 2016)*.
- Richards, N dan Hartzog, W. 2016. „Taking Trust Seriously in Privacy Law“. *Stanford Technology Law Review*, Vol.19:431.

- Richardson, M. P., & Bachman, E. 2014. *Viral Marketing dalam Seminggu*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, *Creative digital marketing*, (Jakarta: Elex Media Komputindo 2013), 47.
- Robbins, Stephen P. dan Coulter, Mary. 2014. *Manajemen (edisi kesepuluh)*. Jakarta: Erlangga
- Saladin, Djaslim. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat. Bandung:Linda Karya.
- Santoso, S. 2014. *Statistik Multivariat*, Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo
- Sarwono, Jonathan. 2014. *Path Analysis: Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi (Menggunakan SPSS)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Satyo, Maya Ferdina, and Heru Supriyadi. *Pengaruh diskon harga, merek produk dan layanan pelanggan terhadap keputusan pembelian garmen* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 2.8 (2013).
- Sekaran, Uma 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Skrob, J. R. 2015. *Open Source and Viral Marketing*. Vienna, 1(1), 2-30.
- Septi, Mauludiyahwati. 2017. *Pengaruh Kepercayaan,Keamanan,Kualitas Pelayanan, Persepsi Resiko Menggunakan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Simangunsong, Benedictus Arnold, *Evolusi Saluran Interaksi di Era Internet*, Jurnal ASPIKOM 1.3 (2015): 223-230
- Slyvia M Chan-Olmsted., Monhee Cho, and Sangwon Lee. 2013. *User Perception of Social Media: A Comparative study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media*,*Journal of Communication and Media Technologies*. Vol.3, No.4, h.149-178.
- Singgih Priatmaji Sasongko. 2013. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Digital marketing Kompetitif, Kelengkapan Barang dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Masa Pandemi Covid 19 di Swalayan Alfa Omega Baturetno, Wonogiri*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Situmorang, James. Rianto. *Pemasaran hijau yang semakin menjadi kebutuhan dalam dunia bisnis*. Jurnal Administrasi Bisnis 7.2 (2015)..
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. 2020. *Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19..Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).

- Suniandari, Artika. 2017. *Viral Marketing sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Produk Sariz*". mahasiswa program studi Komputerisasi Akademi Manajemen Informatika dan Komputer BSI Jakarta Jurnal manajemen informatika Vol I No 1 Maret 2017
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung :Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto, 2014. *Prosedur Penelitian*, Edisi Revisi, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Sri Hartono dan Naning Kristiyana. 2021. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Lombok NTB: CV. Alliv Renteng Mandiri.
- Sri Hartono dan Umi Farida. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia II (Buku Ajar)*. Ponorogo: Unmuh Ponorogo Press.
- Sutisna, 2015. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, Edy. 2014. *Digital marketing*. Jakarta: Kencana.
- Suyanto, P., 2013, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. 6, No. 3.
- Teguh Santoso, *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, Yogyakarta: ORYZA, 2017, h. 178.4 2(Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014, h. 218
- Terence A. Shimp. 2016. *Periklanan Produk dan Aspek Tambahan Digital marketing Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Tjiptono. 2017. *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*. Andi Yogyakarta.
- Vardiansyah, Dani. *Filsafat Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta 2016.
- Wardanhi, Sartika Sari DH Pasa. 2015. *Strategi Viral Marketing Im3 Indosat dalam Menarik Pelanggan Kawula Muda di Makasar* Jurnal komunikasi KAREBA Vol. 1, No. 4 Oktober – Desember 2015.
- William J. Stanton. 2019. *Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Wilhelmus W. Bokowatun*. Jakarta: Erlangga.
- Wiludjeng, S. 2016. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT*

“X”. [Skripsi]. Bandung (ID): Universitas Widyatama.

www.apjii.or.id (2019)

Yousafzai, S.Y., et.al. 2013. „A Proposed Model of E-Trust for Electronic Perusahaaning”. *Technovation*, 23, 847-860.

Yousafzai, S.Y., et.al. 2014. „Explaining Internet Behavior: Theory of reasoned Action, Theory of Planned Behavior, or Technology Acceptance Model?”. *Applied Social Psychology*, Vol. 40, No. 05, 1172-1202.

Yuliani. 2013. *Pengaruh Lokasi, Digital marketing dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Masa Pandemi Covid 19 di ABC Swalayan Purbalingga*. Universitas Negeri Semarang

Yusrizal. 2015. *Pengaruh Kepercayaan dan Kompensasi Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Sumatera Barat*. Jurnal Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Taman Siswa Padang.

