

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Erina, Eddy, Diana Afriani, Nendy Pratama Agusfianto, Yusi Faizathul Octavia, Titiek Mulyaningsih, Satriawan, Siti Yulianah M. Yusuf, Rudi Irwansyah, Agustinus Moonti, Adiek Astika Clara Sudarni, Budiani Fitria Endrawati, Suhadarliyah, Armiani, Sri Umiatun, Melkianus Albin Andayani, dan Tabun. 2022. *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. diedit oleh A. Bairizki. Jl. Raya Senggigi, Meninting, Batu Layar. Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi.
- Amalia, Kurnia, dan R. A. Nurlinda. 2022. "PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP PURCHASE INTENTION." *Sibatik Journal* 1(11):2383–98.
- Anisa. 2022. "PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN COFFEE SHOP DENGAN HEDONISME SEBAGAI MODERASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (STUDI PADA COFFEE SHOP QALU)." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Anizir, dan Restu Wahyuni. 2017. "PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE PERGURUAN TINGGI SWASTA DI KOTA SERANG." *Jurnal Sains Manajemen* (2):1–14.
- Apriansyah, Rizal. 2019. "ANALISIS THEORY OF REASONED ACTION PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI (STUDI KASUS PRODUK GADAI EMAS DI BSM KCP CIRENDEU)." UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA.
- Aripin, Zainal, dan M. Rizqi Padma Negara. 2021. *Perilaku Bisnis Etika Bisnis dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- As'ad, Muhammad Syafiq. 2020. "ANALISIS PENGARUH VIRAL MARKETING, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Ngikan Tebet)." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULAH JAKARTA.
- Astuti, Miguna, dan Agni Rizkita Amanda. 2020. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astuti, Miguna, Fransisca Iriani Roesmala Dewi, dan Anastasia Bernadin Dwi Mardiatmi. 2023. *E-Marketing Konsep Dan Transformasi Digital*. diedit oleh D. Ruhjatini. Yogyakarta: Deepublish.
- Bagaskara, Diky Satria. 2023. "Pengaruh Presepsi Harga, Presepsi Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Jasa Ibu Dolopo." Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

- Cao, Guangming, dan Jay Weerawardena. 2023. "Strategic use of social media in marketing and financial performance : The B2B SME context." *Industrial Marketing Management* 111(May 2022):41–54. doi: 10.1016/j.indmarman.2023.03.007.
- Cartwright, Severina, Hongfei Liu, dan Iain A. Davies. 2022. "Influencer marketing within business-to-business organisations." *Industrial Marketing Management* 106(June):338–50. doi: 10.1016/j.indmarman.2022.09.007.
- Chen, Sweet, dan Immanuel Zai. 2022. "Rancangan dan Penerapan Promotion Mix Pada PT.Batamas Indah Permai." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi* Vol.1. No.
- Chrisniyanti, Ayu, dan Chung Tin Fah. 2022. "THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE INTENTION OF." 10(2):68–90. doi: 10.15604/ejss.2022.10.02.001.
- Crystrie, Dhara Ayu, dan Sri Hardianti Sartika. 2022. "Apakah Influencer Marketing berpengaruh pada Pengambilan Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee pada Generazi Z?" 19(1).
- Dewi, Novita. 2020. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LEM KUNING LAMTEK (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PT. MITRA FORINDO SEJAHTERA)." UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG.
- Djajanto, Ludfi. 2020. *Manajemen Pemasaran*. diedit oleh F. Nuriansyah dan A. Muqit. Jl. Soekarno-Hatta no.09 PO BOX 04 Malang 65141: POLINEMA PRESS.
- Djarwanto. 1994. *Pokok-pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Liberty.
- DULAY, ROBY EL VAREZA. 2022. "PENGARUH E-WOM DAN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA PRODUK BANK SUMUT SYARIAH KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN.
- Dwiasuti, Rini, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar. 2011. *Ilmu Perilaku Konsumen*. diedit oleh T. U. Press. Malang: UB Press.
- Dwivedi, Yogesh K., Elvira Ismagilova, D. Laurie Hughes, Jamie Carlson, Raffaele Filieri, Jenna Jacobson, Varsha Jaing, Heikki Karjaluo, Hajer Kefi, Anjala S. Krishen, Vikram Kumark, Mohammad M. Rahmanm, Ramakrishnan Raman, Gina A. Rauschnabel, P, dan Yichuan Wang. 2021. "Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions." *International Journal of Information Management* 59.
- Faidah, Sri Intan Nur. 2023. "Analisis Pengaruh Online Costumer Review, Word Of Mouth dan Brand Trust pada Minat Beli Produk Kosmetik (Studi Kasus

pada Konsumen di Agen Nurlaili Drw Skincare).” Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Fitriani, Ike, Hadita, dan Dewi Puspaningtyas Faeni. 2022. “The impact of Viral Marketing on Purchase Intention mediated by Consumer Behavior (Study on Tiktok User of Management Students at Bhayangkara Jakarta Raya University).” *JOURNAL OF SUSTAINABLE COMMUNITY DEVELOPMENT* JSCD 4(2):84–91.

Fitriani, Rahma. 2023. “PENGARUH CONTENT MARKETING DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pelaku Usaha di Kecamatan Medan Tembung) MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pelaku Usaha di Kecamatan Medan Tembung).” FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA.

Furqon, Muhammad. 2019. “ANALISIS PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA (Studi Pada Toko Emas Barokah Turen Malang Jawa Timur).” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Hakim, Mochamad Luqmanul, dan Tias Andarin Indarwati. 2022. “PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN NILAI EMOSIONAL TERHADAP NIAT BELI PRODUK VIRTUAL SKIN PADA GAME MOBILE LEGENDS : BANG.” *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surab* 10:199–209.

Hamid, Agustina Silvia Dani, dan Yuyun Isbanah. 2019. “Determinan Keputusan Menabung Pada Nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk Di Kota Kediri.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 7. no. 4.

Havidz, Bimaruci Hazrati Hazim, dan Eko Suprpto. 2021. “THE ROLE AND FUNCTION OF MANAGEMENT IN GLOBAL.” *Dinasti Internasioanal journal of Digital Business Management* 2(4).

He, Changzhen, dan Jiaxuan Yang. 2023. “The Influence of Mobile Short Video Content Marketing on Consumers ’ Purchase Intention : A Test of Two-Mediation Model.” 5(19):107–15. doi: 10.25236/AJBM.2023.051916.

Ilham, Irmayanti. 2021. “PENGARUH INFLUENCER REVIEW PADA INSTAGRAM MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2017 MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH.” Intitut Agama Islam Negeri Palopo.

IRIANTO, DEVAN RAMADHAN. 2021. “PENGARUH CONTENT MARKETING DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK MITRA BUKALAPAK (Studi pada Konsumen Mitra Bukalapak di Kota Malang).” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG.

- Ismiyanto, PC. 2003. *Metode Penelitian*. diedit oleh Jamaluddin. Semarang: FBS UNNES.
- Jafarova, Khadija, dan Metehan Tolon. 2022. "Journal of Business Management and The Effect of Content Marketing in Social Media on Brand Loyalty and Purchase Intention." 6(4):160–84. doi: 10.29226/TR1001.2022.318.
- Keke, Mehmet Emin. 2022. "The use of digital marketing in information transport in social media: the example of Turkish companies." *Transportation Research Procedia* 63.
- Khofifah, Lenny. 2023. "Pengaruh Green Product Feature, Green Product Price, Green Product Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Produk Gula Aren Temon Pacitan." Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Khossario, Rindo, dan Ali Rama. 2017. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Mengonsumsi Produk Halal Menggunakan Theory of Reasoned Action." 1–14.
- Khoyrunnisa, Risma, Nur Hidayati, dan Ita Athia. 2020. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Implora Di Malang." *e – Jurnal Riset Manajemen* 122–30.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. diedit oleh Alih Bahasa: Bob Sabranan. Jakarta: Erlangga.
- Li, C. H., O. L. K. Chan, Chow Y. T., Zhang Xiangying, P. S. Tong, H. Y. Ng Li, dan K. L. Keung. 2022. "Evaluating the Effectiveness of Digital Content Marketing Under Mixed Reality Training Platform on the Online Purchase Intention." *HYPOTHESIS AND THEORY* 13(June). doi: 10.3389/fpsyg.2022.881019.
- Maulida, Alfi Rizky. 2023. "Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Baso Aci Cuanki Ponorogo." Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Melati. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mileva, Lubiana. 2018. *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE)*.
- Mustari. 2019. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Kasus Perubahan Jasa)*. diedit oleh Zaiful. Gowa: Pustaka Taman Ilmu.
- Mustikasari, Suhardi M. Anwar, dan Andi Rizkiyah Hasbi. 2023. "The effect of viral marketing , promotions and flash sales on the purchase intention online shopping z generation in marketplace tiktok shop." *Enrichment : Journal of Management* 12(6).

- Nabillah, Dina, dan Adelina Lubis. 2023. "Pengaruh Content Marketing , Sales Promotion terhadap Purchase Intention pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara." *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis (JUPSIM)* 2(2):56–65.
- Nasrul, Nur Fadhilah. 2021. "Pengaruh influencer dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian brand irlana." Institut Agama Islam Palopo.
- Noo-urai, Nitchakarn, dan Kaedsiri Jaroenwisan. 2017. "The Sustainability Marketing Mix for Thai Senior Tourism." 4(2):80–89. doi: 10.3126/ijssm.v4i2.17157.
- Nursalim, Haris, dan Rita Eka Setianingsih. 2023. "The Influence of Viral Marketing and Brand Awareness on Consumers Purchase Intention of Mixue Beverage Products in Jakarta." 6(1):100–111.
- Nursuciati, Erma. 2023. "Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unmuh Ponorogo Angkatan 2018)." Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran : Pemasaran sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran*. Pertama. Jakarta: Kencana.
- Pasaribu, Aisyah Fitri, Tri Inda, Fadhila Rahma, dan Budi Dharma. 2023. "PENGARUH CONTENT MARKETING , VIRAL MARKETING DAN INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PRODUK." *ECOBISMA* 10(2):81–93.
- PERMANA, DERIL ANDRIAN. 2022. "PERAN DIFERENSIASI PRODUK PADA PENINGKATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN McDONALD'S." UNIVERSITAS ISLAM BATIK SURAKARTA SURAKARTA.
- Pradani, Hera Hayuda, dan Muchsin Muthohar. 2020. "The Influence of Social Media Marketing on Purchase Intention and Brand Loyalty (Study on the Batik Fashion Customer in Pekalongan)." *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* 5.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni, dan Asmi Ayuning Hidayah. 2020. "MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK SHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER." *Jurnal Bisnis terapan* 04:37–46.
- Putri, Fauziyah, dan Achsanah Hendratmi. 2022. "The Effect of Celebrity Endorser and Content Marketing on Purchase Intention of Fashion Muslim Pengaruh Celebrity Endorser dan Content Marketing terhadap Purchase Intention Fashion Muslim." 9(5):672–80. doi: 10.20473/vol9iss20225pp672-680.

- Putri, Shelylla Aprilydia, Corry Yohana, dan Muhammad Yusuf. 2021a. "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Dessert Box." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* 2.
- Putri, Shelylla Aprilydia, Corry Yohana, dan Muhammad Yusuf. 2021b. "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Dessert Box." *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan* 2(3):769–86.
- RAHMADHANI, ANNITA. 2021. "MATARAM, PERAN MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA HANDPHONE TOKO ATLANTIS JEMPONG BARU." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM MATARAM.
- Ramadhani, Sekar Arum. 2023. "Pengaruh E-service Quality, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Us Terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee." Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Riyadini, Nikita Gabby, dan Wenti Krisnawati. 2022. "CONTENT MARKETING , BRAND AWARENESS , AND ONLINE CUSTOMER REVIEW ON HOUSEWIVES ' PURCHASE INTENTION ON SHOPEE." *Interdisciplinary Social Studies* 733–41.
- Saputra, Deni. 2018. "Pengaruh Bauran Pemasaran 4O (Produk, Price, Place, dan Promotion) Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Aplikasi Transportasi Online." Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang.
- Sari, Saidah Putri. 2020. "Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen." *Psikoborneo* 8(1):147–55.
- Setiadi, Nugroho J. 2017. *Perilaku Konsumen: Prespektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Revisi. PrenadaMedia.
- Shiratina, Aldina, Deru R. Indika, Imas Komariyah, dan Dewi Kania. 2020. "Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital." *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1):15–23.
- Subasinghe, Uthpala, dan R. A. S. Weerasisri. 2019. "The Impact of Digital Content Marketing on the Purchase Intention of Connected Consumers: A Study Based on Natural IngredientBased Personal Care Products." *Sri Lanka Journal of Marketing* Vol 5 No 1.
- Sukmawati. 2017. "IMPLIKASI THEORY OF REASONED ACTION DAN ETIKA DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR MELALUI NIAT (Studi Kasus Pada Kantor Samsat Kabupaten Kepulauan Selayar)." UIN ALAUDDIN MAKASSAR.
- Sunarto. 2018. "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S." *Jurnal Moneter* V(1):35–43.

- Suryati, Lili. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama Deepublish.
- Trihastuti, Aselina Endang. 2021. *Manajemen Pemasaran Plus++*. Yogyakarta: Deepublish.
- Utami, Hesty Nurul, dan Iqbal Fauzi Akbar Firdaus. 2018. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping : Perspektif Pemasaran Agribisnis.” *Jurnal Ecodemica* 2(1).
- Utami, Ika Lestari Bhekti. 2023. “PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI INSTAGRAM @MADIUNNGEMIL.” Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Venciute, Dominyka, Ieva Mackeviciene, Marius Kuslys, dan Ricardo Fontes. 2023. “Journal of Retailing and Consumer Services The role of influencer – follower congruence in the relationship between influencer marketing and purchase behaviour.” *Journal of Retailing and Consumer Services* 75.
- Wahyuni, Sri, dan Saifudin. 2023a. “Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rocket Chicken di Salatiga).” 03:133–55.
- Wahyuni, Sri, dan Saifudin. 2023b. “Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing dan Spiritual Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Rocket Chicken di Salatiga).” *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* Volume 03.
- Warnadi, dan Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. diedit oleh I. Astarina. Yogyakarta: Deepublish.