

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- . 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- . 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Ben M. Eniy. 2007. *Manajemen Pemasaran: Pengertian Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. 2004. *Manajemen pemasaran: Pengertian Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kasmir dan Jakfar. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi: Strategi Bauran Pemasaran (marketing mix)*. Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group
- Kasmir dan Jakfar. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi: Strategi Produk*. Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group
- Kasmir dan Jakfar. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi: Strategi Harga*. Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group
- Kasmir dan Jakfar. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi: Strategi Lokasi dan Distribusi*. Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group
- Kasmir dan Jakfar. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi: Strategi Promosi*. Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group
- Kotler, Philip dan Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran: Pengertian Promosi penjualan*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran: Tujuan Promosi penjualan*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Sofjan, Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran: Pengertian Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Erlangga.

Jurnal

Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth. *Management Business*, 6, 1–14. [http://eprints.iain-Surakarta.ac.id/4253/1/FIAN AYU.pdf](http://eprints.iain-Surakarta.ac.id/4253/1/FIAN%20AYU.pdf)

Iv, V., April, N., Dan, P. E., Nilai, P., & Priansa, D. J. (2016). *BERBELANJA ONLINE DI LAZADA*. IV(1), 117–124.

Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, X(2), 145–160.

Parnataria, T. P., & Abror, A. (2019). *Pengaruh Customer Satisfaction dan Trust Terhadap e-WOM : Commitment Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang). 01.*

Sains, J., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., & Denpasar, M. (2019). Analisis Efektivitas Viral Marketing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 188–199.

Susilowati, R., Edriana Pangestuti, & Aniesa Samira Bafadhal. (2019). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen King Mango yang Merupakan Followers Akun Instagram @Kingmangosurabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 1–9.

Syuhada, P. S., & Widodo, A. (2019). Efektifitas Viral Marketing Menggunakan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Effectiveness of Viral Marketing Using Electronic Word of. *E-Proceeding of*

Management, 6(2), 3955–3962.

