

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator*. Zanafa Publishing.
- Agung, A. A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. UB Press.
- Amstrong, Gery, Philip, & KLotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Penerbit Prenhalindo.
- Anang, F. (2018). *Pengantar Manajemen* (1st ed.). Deepublish.
- Carissa, T., & Akhmad, A. E. (2019). *Pengaruh Sales Promotion Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Dalam Mobile Legends*. 1–11.
- Fadli, U. M., & Faddila, S. P. (2018). *Statistika Ekonomi II Modul Pratikum*. FBIS Publishing.
- Fandy, T. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.
- GetCraft. (2017). *Data Pengguna platform belanja online*.
- Hamdani, & Mawardi. (2018). *Hamdani dan Mawardi* (2018).
- Hanifah, Suteja, A., & Ahmaddien, I. (2020). *Pengantar Statistika*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Herry. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ira, A., S.I.H.V.J, L., & Rudie, L. Y. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Store atmosphere, dan Brand Trush terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal EMBA*, 3, 437–446.
- Kotler, & Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (1st ed.). Salemba empat.
- Nilasari reni. (2019). *Pengaruh Trust Dan E-Service Terhadap Repurchase Intention Bagi Pengguna Aplikasi Shopee Reni*. 29, 755–764.
- Novia, R., & Jerry, S. (2018). ANALISA PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA “ONLINE SHOP” S-NEXIAN MELALUI FACEBOOK. *Journal of Business Strategy and Execution*, 5(2), 131–161.
- Philip, K., & Lane, K. K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (M. Adi & H. Y. Sri (eds.); Edisi keti). Pearson Education.
- Prianssa. (2017). *Perilaku Konsumen* (M. A. Firsada (ed.)). Alfabeta.
- Purba, R. S. (n.d.). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Proceeding of Applied Science*, 2, 469.
- Retno, S., Edriana, P., & Aniesa, S. (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).
- Sarinah. (2017). *Pengantar Manajemen*. DEEPUBLISH CV BUDI UTAMA.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV Pustaka Abadi.

- Sugiono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (cetakan k). ALFABETA.
- Suprpto, R., & Wahyudin, M. Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Myria Publisher.
- Turban. (2015). . *Electronic commerce a Managerial and Social Networks Perspective* (8th ed.). Springer.

