

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Natasya, P. et al. (2014). 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). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 11, No. 1.
- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. Paris: Business Horizons.
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). Data Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018 (online). <https://www.apjii.or.id/pengguna-internet>
- Aulia Fadil (2014). *Value Co-Creation Process in Small and Medium Enterprise by Utilization of Viral Marketing as a Branding Tool: A System Dynamic Approach*. Indonesia: School of Business and Management, Institut Teknologi Bandung.
- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Dr. Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Banten: Penerbit Andi.
- Ekasari, Novita. (2014). *Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi*. Vol. 16, No.2, 81-102.
- Fansuri, M. Fikri. (2016). *Pengaruh Viral Marketing melalui Media Sosial terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Pantai Dato Majane*.
- Fayol, Henry (2010). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT. Elex Media.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19* (Ed. 07). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hafifah, Andi., dan Oktra Nofri (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2009). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jamaludin, Achmad, et al. (2015). *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 21, No. 1.
- Kaloka, Anglesti S. (2015). Pengaruh Viral Marketing terhadap Minat Beli Konsumen melalui Kepercayaan Konsumen pada Instagram @makananjember. *Journal of Business Strategy*, Vol. 8, 73-101.
- Khorik, Atul Aliyah (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian dengan Viral Marketing sebagai Variabel Intervening*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
- Mc Quail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muanas, Arif. (2014). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Gerbang Media Aksara.
- Naserullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.
- Navid Adelsarbanlar dan Behnaz Khostinat (2015). *Critical factors and advantage factors influencing the implementation of viral marketing by considering the mediating role of Islamic marketing; a conceptual approach*. Iran: Department of Management, Buin Zahra Branch, Islamic Azad University.
- Nugriantoro, Singgih. (2014). Pengaruh Strategi Promosi melalui Social Media terhadap Keputusan Pembelian Garskin yang Dimediasi Word of Mouth Marketing.

Nurlaela, Tresna dan Sri Wiludjeng. (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. “X”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 25, No. 1.

Oliver Francis Koch dan Alexander Benlian (2015). *Promotional Tactics for Online Viral Marketing Campaigns: How Scarcity and Personalization Affect Seed Stage Referrals*. Germany: Chair of Information Systems & E-Services, Technische Universität Darmstadt, Hochschulstraße.

Ristania, Novia dan Jerry S. Justianto. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Online Shop” SNexian Melalui Facebook. Jurnal of Business Strategy and Execution, 2, 131-161.

Sangadji, Etta M dan Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian (Ed. pertama)*. Yogyakarta: Andi.

Safroni, Ladzi. (2012). *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia*. Surabaya: Aditya Media Publishing.

Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods For Business (Ed. pertama)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sharda Haryani dan Bharti Motwani (2015). *Discriminant model for online viral marketing influencing consumers behavioural intention*. India: Prestige Institute of Management and Research, Scheme.

Shih-Chih Chen, Chieh-Peng Lin (2019). *Understanding The Effect Of Social Media Activities: The MediationOf Social Identification, Perceived Value, and Satisfaction*. Taiwan: National Kaohisiung University.

Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.

Suprpto, Tommy (2009). *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: MedPress.

Sudaryono (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Sugiyono, Wibowo E. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Wibowo E. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Wibowo E (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarti (2013). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Efisiensi Konsumen*. Surabaya: Indeks Gramedia.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Cet. 1. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Surniandari, Artika. (2017). *Viral Marketing sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Produk Sariz*. Vol IX No.1.
- Swanepoel, Celeste et.al. (2009) *Virally inspired: A review of the theory of viral stealth marketing*. *Australasian Marketing Journal*, Vol. 17, Iss.1.
- Wiludjeng, Sri., dan Tresna. (2013). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. X*. Cimahi: Universitas Widyatama.
- Wong, Jony (2010). *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.