

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Dr. Arman, M. . (2022). intoduksi mananjemen pemasaran. In D. Yusup (Ed.), *LD MEDIA* (Vol. 4, Issue 1). <https://repo.stiebangkinang.ac.id/98/1/IntroduksiManajemenPemasaran.pdf>

Fachrurazi, Dhiana, E., Yoeliastuti, Y., Sri, R., la kamisi, H., Nurkadarwati, Adrianto, Lubis, dewi shinta wulandari, Khasanah, & Hidayat, R. (2022). *Pengantar Manajemen* (P. tri cahyono (Ed.)). Cendikia Mulia Mandiri. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=uoCFEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA39&dq=pengantar+manajemen+2022&ots=wggU-zcEoY&sig=FrH59xyXXqa-RRD_ZQ6_CqqPCh8&redir_esc=y#v=onepage&q=pengantarmanajemen2022&f=true

Liharman, S., Rosita, G., Risma, M., Tuahman, S., Dapotan, S., Resna, N., & Anggiat, S. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen* (P. Sukarma & S. Janner (Eds.)). yayasan kita menulis.

Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, riduan. (2021). *Manajemen pemasaran*. Atalya Rileni Sudeco. https://repository.stieswadaya.ac.id/uploads/Buku_Manajemen_Pemasaran_2021.pdf

Syahril, H., Ni, D., Hari, N., Puji, M., Amruddin, Aprih, S., Sri, S., Ahmad, A., Yane, S., Budi, T., & Solehudin. (2022). *Pengantar Manajemen* (S. Eka & R. Muhammad (Eds.)). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=xGiKEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP3&dq=pengertian+manajemen,+2022&ots=ponMcJSoFf&sig=Gr9-mHlr-kF6cSTr0m80Jbm823M&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertianmanajemen%2C2022&f=true

Sugiyono, prof. dr. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*.

Sugiyono, prof. dr. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*.

Sugiyono, prof. dr. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*.

Indayani, L. (2018). Pengantar Manajemen. In *Pengantar Manajemen*.
<https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>

Jurnal

2009-Permenperin nomor 37_M-IND_PER_3_2009.pdf. (n.d.).

Al Faruq, muhammad khaberun, Sumowo, S., & Nursaidah. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE 67 KECAMATAN KENCONG KABUPATEN JEMBER. *Journal of Business, Management and Accounting*, 4(1), 107–119.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i1.3739>

Antin Rakhmawati, Muhammad Nizar, & Kholid Murtadlo. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WWOM) dan Viral Marketing Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. *Sketsa Bisnis*, 6(1), 13–21.
<https://doi.org/10.35891/jsb.v6i1.1584>

Arfandi, M. W., & Arif, M. E. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 270–276.

Arjunita, I., Sam, U., & Manado, R. (2021). *I . Arjunita ., S . L . H . V . J . Lopian ., R . Y . Lumantow . TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI TUYA MANADO THE INFLUENCE OF VIRAL MARKETING , STORE ATMOSPHERE AND BRAND TRUST ON PURCHASING DECISIONS OF KOPI TUYA ' S PRODUCT IN MANADO Oleh : Fak.* 9(3), 437–446.

Astri Ayu Purwati et al. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Diferensiasi Produk dan Strategi Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota dikota Pekanbaru (Studi Kasus PT Agung Toyota Harapan Raya). *Effect of Work Motivation, Organizational Commitment, and Organizational Culture on Work Satisfaction and Performance of Teachers Inpublic Junior High School Pekanbaru*, 7(2), 210–221.

- Ayu, J. N. R. (2020). Efektifitas Viral Marketing Dalam Meningkatkan Niat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1). <https://doi.org/10.15642/manova.v2i1.353>
- Ayu Purnamasari, I., & Ari Kadi, D. C. (2022). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN ONLINE STORE AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Generasi Milenial Pengguna Shopee Selama Pandemi Covid-19 di Kota Madiun)*. 2.
- Cahyanti, mega mirasaputri. (2019). Menguatkan keputusan pilihan melalui strategi viral marketing dan word of mouth (wom). *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(4), 95–108. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i1.470>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Dr. Arman, M. . (2022). *introduksi manajemen pemasaran*. In D. Yusup (Ed.), *LD MEDIA* (Vol. 4, Issue 1). <https://repo.stiebangkinang.ac.id/98/1/IntroduksiManajemenPemasaran.pdf>
- Duan, R. R., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 128. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23710.128-136>
- Evan Saktiendi, Septi Herawati, Lince Afri Yenny, & Amelia Wahyu Agusti. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>
- Fachrurazi, Dhiana, E., Yoeliastuti, Y., Sri, R., la kamisi, H., Nurkadarwati,

- Adrianto, Lubis, dewi shinta wulandari, Khasanah, & Hidayat, R. (2022). *Pengantar Manajemen* (P. tri cahyono (Ed.)). Cendikia Mulia Mandiri. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=u0CFEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA39&dq=pengantar+manajemen+2022&ots=wggU-zcEoY&sig=FrH59xyXXqa-RRD_ZQ6_CqqPCh8&redir_esc=y#v=onepage&q=pengantar manajemen 2022&f=true
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame(Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Galuh Tiyasherlinda, Andhatu Achsa, & Yacobo P. Sijabat. (2022). Citra Merek Dan Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Di Magelang. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 306–314. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2511>
- Gunawan, D., & Maftuchach, V. (2022). “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartphone Samsung.” *Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 17–32.
- Handayani, S., Feranita, N. V., & Dwimahendrawan, A. (2023). *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aroma Lumajang*. 8(1), 19–28.
- Hikmah, H., Ratnawati, A. T., & Darmanto, S. (2022). The Role of Product Differentiation and Word of Mouth on Purchase Decision of Creative Industrial Products. *Proceedings of the 5th FIRST T3 2021 International Conference (FIRST-T3 2021)*, 641, 86–90. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220202.014>
- Ilwan, bunga mauliqa, Mahrinasari, M., & Ramelan, mudji rachmat. (2022). PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN

- WARDAH DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 14549–14562.
- Indayani, L. (2018). Pengantar Manajemen. In *Pengantar Manajemen*. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>
- Kurniawan, F., Jamanie, F., & Rande, S. (2019). *Upaya Dinas Perhubungan Kota Samarinda Dalam Mengatasi Kemacetan Lalu Lintas di Jembatan 2 Kelurahan Sungai Dama*. 7, 8605–8618.
- Latifah, S., Komariah, K., & Z, F. M. (2022). Process (Marketing Research Of MS Glow Product On Instagram Followers Of Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Viral Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pemasaran Produk MS Glow Pada Followers Instagram @ Tunis . Store). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(June), 1988–1995.
- Liharman, S., Rosita, G., Risma, M., Tuahman, S., Dapotan, S., Resna, N., & Anggiat, S. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen* (P. Sukarma & S. Janner (Eds.)). yayasan kita menulis.
- Lohonusa, A. I., & Mandagie, Y. (2021). A . I . Lohonusa ., Y . Mandagie . *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU “ CONVERSE ” RATULANGI MANADO ANALYSIS THE EFFECT OF BRAND IMAGE , BRAND TRUST AND VIRAL MARKETING ON PURCHASE DECISIONS OF “ CONVERSE ” SHOES STUDENTS AT THE FACULTY OF ECONOMI*. 9(4), 511–520.
- M.C.Sualang, G., L.Mandey, S., & W.j.Ogi, I. (2023). A . I . J . Woruntu ., O . S . Nelwan ., V . P . K . Lengkong *PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT . MANDALA FINANCE Tbk , CABANG RATAHAN GLEND M . C . SUALANG , THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), PRICE , AND PRODUCT QUALITY ON PU*. *Jurnal EMBA*, 11(2), 335–344.
- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis*

Dan Akuntansi, 9(2), 110–121.

Mochamad Deden Sukmana, M., Hannan, S., & Horas V Purba, J. (2020). Hubungan Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Di Pt Bank Mandiri Jakarta Kota. *Economicus*, 13(1), 69–79. <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i1.166>

Muhammad, F., & Febriatmoko, B. (2022). Volume 14 Issue 2 (2022) Pages 263-270 *JURNAL MANAJEMEN* ISSN : 0285-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Pengaruh diferensiasi produk , persepsi harga , kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. 14(2), 263–270. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11110>

Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, riduan. (2021). *Manajemen pemasaran*. Atalya Rileni Sudeco. https://repository.stieswadaya.ac.id/uploads/Buku_Manajemen_Pemasaran_2021.pdf

Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>

Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 149–155.

Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 59–69. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33406>

Rahmawati, I., & Pratama, kustia eka. (2022). PENGARUH DIFFERENSIASI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN HANDPHONE OPPO(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNWAHA). *Jurnal Riset Ekonomi*, 2(2), 173–180.

- Raturandang, V. E. (2022). Pengaruh Lifestyle, Inovasi Produk Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 620. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40668>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sitepu, E. N., & Wibowo, S. (2020). *Keyword : Electronic word of mouth , Viral marketing , Visiting Interest* . 6(2), 1165–1178.
- Studies, F. (2022). *JIEFeS*. 3(1), 55–69.
- Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184.
- Sugiyono, prof. dr. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Sugiyono, prof. dr. (2018). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Sugiyono, prof. dr. (2019). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Suryani, R., & Suyaman, D. J. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth Media Sosial Instagram Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Karawang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 297–306. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.496>
- Susanti, F., & Gunawan, ade chandra. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>
- Syahril, H., Ni, D., Hari, N., Puji, M., Amruddin, Aprih, S., Sri, S., Ahmad, A., Yane, S., Budi, T., & Solehudin. (2022). *Pengantar Manajemen* (S. Eka & R. Muhammad (Eds.)). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=xGiKEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP3&dq=pengertian+manajemen,+2022&ots=ponMcJSoFf&sig=Gr9-mHlr-kF6cSTr0m80Jbm823M&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian manajemen%2C 2022&f=true

Tammu, R. G., & Palimbong, S. M. (2022). Pengaruh electronic word of mouth, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan pembeli online melalui shopee. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 433–438. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2266>

Yudha, F., & Anindita, P. K. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser , Viral Marketing dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Abstrak. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(c), 307–318.

Yuvira, I. A., Siregar, M. Y., & Sabrina, H. (2021). Pengaruh Harga Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fu di Medan Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1), 81–85. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v2i1.485>

Situs Web

<https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID>

<https://www.beautynesia.id/>

<https://trends.google.co.id/trends/?geo=ID>

<https://www.tiktok.com/@ventela.inc? t=8eA9h6Bzd4c& r=1>

<https://www.ventela.com/>

