

DAFTAR PUSTAKA

- Ayesha, Ivane. 2022. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Darmanto dan Sri Wardaya. 2016. *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish
- Dinar, M. & Hasan, M. 2018. *Pengantar Ekonomi: Teori dan Aplikasi*. Makasar: CV Nur Lina.
- Fakhrudin, et al. 2022. *Bauran Pemasaran*. Sleman: Deepublish
- Fawzi, M. G. H. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang: Pascal Book.
- Firmansyah, M.A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish (Anggota Penerbit CV. Budi Utama).
- Firmansyah, M.A. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Merdeka.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdat, Aminuddin et al., 2020. *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen: Prinsip Dasar, Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Mirra Buana Media
- Hamid, R.S., dkk. (2023). *Manajemen Pemasaran Modern*. Kota Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hasan, M. et. al. (2020). *Sejarah Pemikiran Ekonomi*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Jannah, S., Mardani, R. M., & Primanto, A. B. (2024). Pengaruh Promosi, Cash on Delivery, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 225-233.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Koter, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kurniawan, Dhika Amalia dan Muhammad Zaenal Abidin. *Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Strategi Dan Implementasi*. Lembaga Penerbitan Universitas Darussalam Gontor. 2018.

- Manap, Abdul, dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar dan Strategi)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Mohamad, T., Juanna, A., Biki, S. B., & Asnawi, M. A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsment Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Ecommerce Shopee. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 379-391.
- Muliajaya, I. (2019). *Pengaruh Viral Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Natalia, C., Guard, B., Mirza, D. F., & Harahap, N. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan Dan Kepercayaan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sukses Maju Bangunan Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 839-851.
- Nurani dan Eni Widhajati. 2019. Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Jurnal Benefit*. 6(1).
- Putri, Budi Rahayu. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: PT. Bali Orti Media.
- Rahmah, S., Igo, A., & Ilham. 2022. Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Roti Sultan di Kelurahan Kadia. *Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 7(4), 84-89.
- Rahmatullah, Inanna, & Mustari. 2018. Konsep Dasar Ekonomi Pendekatan nilai-Nilai Eco-Culture. Makassar: CV. Nur Lina.
- Reken, Feky, et. al. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Platform TikTok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6 (2), 457-466.
- Rohmadhani, S. D., Hariasih, M., & Oetarjo, M. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa UMSIDA. *Jurnal E-Bis*, 8(2), 833-845.
- Romadoni, T., Halim, H., & Sulaiman, E. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada TWN Second Store Tasikmalaya. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(4), 328-339.
- Rudy, Irwansyah dkk. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bakti Persada
- Safri, Hendra. 2018. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo.

- Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (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.
- Sarinah dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish (Anggota Penerbit CV. Budi Utama).
- Satriadi, Wanawir, Eka Hendrayani, Leonita Siwiyanti, Nursaidah. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sudirman, I. & Musa, M., I. 2023. *Strategi Pemasaran*. Sulawesi Selatan: Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyarso, Harry Budiharjo dkk. 2021. *Pemasaran Online Bagi UMKM*. Yogyakarta: LPP UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Suparmono. 2018. *Pengantar Ekonomi Makro*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Surniandari, A. (2018). Viral marketing sebagai alternatif strategi pemasaran produk Sariz. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 1(1), 35-43.
- Tjiptono. 2019. *Pemasaran Jasa. Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardana, F. P., & Mukharomah, W. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan e-Commerce terhadap Performance Marketing dan Keberlanjutan Bisnis Pada Usaha Oleh-Oleh Khas Kota Solo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 371-379.
- Wijaya, C., dan Muhammad Rifa'i. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen: Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien*. Medan: Perdana Publishing.
- Wijayanti, I.D.S. 2012. *Manajemen*. Yogyakarta: Nuha Medika
- Yulianti, F., Lamsah & Periyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wati, A., Martha, J., & Indrawati, A. 2020. *Digital Marketing*. Malang: PT Literindo Berkah Karya.