

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aaker, David A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi. Edisi kedelapan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony, (2017), *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferrinadewi, Erna. (2013). *Merek & Psikologi Konsumen (Implikasi pada Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Firmansyah, (2019), *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*, Surabaya : Qiara Media.
- Hair JR, J, F., Black, W, C., Babin, B, J., & Anderson, R, E. (2009). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta : Erlangga.
- Noor, Juliansyah. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Radjab, Enny., & Jam'an, Andi. (2017). *Metode Penelitian Bisnis. Makassar*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sanusi, Anwar. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan Ke 24*. Bandung : PT Alfabet
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Edisi 1. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta

JURNAL

- Anastasia Mochalova & Alexandros Nanopoulos. (2014). A targeted approach to viral marketing. *Electronic Commerce Research and Applications*. Vol. 13, No. 4, Hal. 283-294.
- Anggarini. (2014). Antecedents Of Viral Marketing, *Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT)*, Vol. 1, No. 1
- Anindyawati. (2016). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota (Studi Kasus Wilayah Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*. Vol. 5, No. 4.
- Ati Mustikasari & Sri Widaningsih, (2019), The Influence of Viral Marketing toward Brand Awareness and Purchase Decision, *Advances in Economics, Business and Management Research*, Vol. 65
- Beby Karina Fawzee Sembiring & Silvia Ananda. (2019). The Effect Of Viral Marketing And Customer Trust On Online Shop Purchase Decisions Based On Application In Faculty Of Economic And Business Universitas Sumatera Utara. *Skripsi Universitas Sumatera Utara*.
- Glennardo, (2016), Viral Marketing Sebagai Media Pemasaran Sosial Dalam Mendongkrak Kesadaran Masyarakat Untuk Berperan Aktif Dan Bergabung Dengan Organisasi Non Profit/Nirlaba, *Journal of Management Studies*, Vol. 10, No. 2
- Hatta et al., (2020), Pengaruh Viral Marketing dan Word of Mouth terhadap Brand Image Asian games 2018, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 17, No. 2.
- Hillary Gabriella Barri, David P.E. Saerang, Johan R. Tumiwa, (2017), The Impact Of Viral Marketing Using Social Media Platforms On Brand Awareness (Case Study: Laneige Cosmetic), *Journal EMBA* ,Vol. 5 No. 3, Hal. 3945-3954
- Indrianti, (2020), Trend Pemasaran Viral Marketing Melalui Instagram Dalam Mempertahankan Konsumen (Pasar Yosomulyo Pelangi). *IAIN Metro*

- Ismail, (2016), The role of brand awareness on brand image, perceived quality and effect on risk in create brand trust, *Global Journal on Humanites & Social Sciences*, Vol. 4, Hal. 177-186
- Kusumadjaja, L. (2014), The impact of viral marketing through social media on BCD's consumer brand knowledge, *iBuss Management*, Vol. 2, No. 2, Hal. 162-172.
- Kusumajaya & Samuel. (2014). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Winston Indonesia, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1
- Larasati, Pipit. (2017). Peningkatan brand trust, kepuasan dan citra rumah sakit berbasis costumer relationship management terhadap loyalitas pasien pada rumah sakit Islam Sultan Agung Semarang. *Walisongo Institutional Repository*.
- Lekhanya, (2014), The Impact Of Viral Marketing On Corporate Brand Reputation, *International Business & Economics Research Journal*, Vol. 13, No. 2, Hal. 213
- Michael Yu, Muniba Saleem, Cleotilde Gonzalez, (2014). Developing trust: First impressions and experience, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 43, 2014, Hal. 16-29
- Mulayana, Deden et al.,. (2017). Building Customer Trust Through Experience In Hospitality Industry. *Advanced Science Letters*, Vol. 23 No.9.
- Nugroho, (2013), Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kekuatan Celebrity Endorser Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Terhadap Brand Attitude Handphone Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 2, No. 3.
- Novitasari, Susan. (2016). Peran Kepercayaan Konsumen Pada Bisnis On Line Terhadap Beli Ulang Pada Konsumen Di Maganda. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Vol. 5, No. 1, Hal. 75-92.
- Nurlaela, Tresna S. (2013). Efektivitas Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT.ABC. Universitas Widyatama.

- Oktiani & Khadafi, (2018), The Effect Of Brand Awareness, Brand Image And Word Of Mouth On Brand Trust And Establishment Of Brand Loyalty In C'bezt Friedchiken Customers Sub District Genteng, Banyuwangi, *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, Vol. 1, No. 2.
- Purba, Rikki Suria. (2016). Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom University Pada Tahun 2016), *eProceedings of Applied Science*, Vol. 2, No. 2.
- Putro et al, (2015), Analisis Pengaruh Viral Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Twitter @Jemberbanget), *SRA-Economic and Business Article*
- Saputri. (2017). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image Dan Media Komunikasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jaringan 4G LTE PT. TELKOMSEL Studi Kasus Mahasiswa Universitas Pancasila. Hal. 12.
- Seyed Fathollah Amiri Aghdaie & Ali Sanayei & Mehdi Etebari. (2012). Evaluation of the Consumers' Trust Effect on Viral Marketing Acceptance Based on the Technology Acceptance Model. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 4, No. 6.
<https://doi:10.5539/ijms.v4n6p79>
- Sulistyo, (2015), Analisis Pengaruh Viral Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Twitter @Jemberbanget), *SRA-Economic and Business Article*
- Suntoro, Wiharto. (2020). Analisis Pengaruh Pengalaman Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek, *Modus Journals*, Vol. 32, No. 1, Hal. 25-41.
- Winadi, J. S. (2017). Hubungan word of mouth dengan brand awareness teh kotak. *Jurnal EKomunikasi*, Vol. 5, No. 1.
- Yacob, Anwar. (2018). Kepercayaan Dalam Perspektif Komunikasi Umum dan Perspektif Komunikasi Islam, *AL-HIKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Budaya*, Vol. 9, No. 2.

Zhiguo Zhu. (2013). Discovering the influential users oriented to viral marketing based on online social networks. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*. Vol. 392, No. 16, Hal. 3459-3469.

WEBSITE

Aditiya. (2021). Sengitnya Perebutan Takhta Penguasa E-Commerce di Tanah Air [Online] Tersedia : <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/01/07/sengitnya-perebutan-takhta-penguasa-e-commerce-di-tanah-air> [10 Mei 2020]

Fahri. (2016). Visual Marketing, kekuatan menjual dari sebuah gambar [Online] Tersedia : <https://www.linkedin.com/pulse/visual-marketingkekuatan-menjual-dari-sebuah-gambar-fahri-ubay> [14 Maret 2021]

Junaedi. (2020). Mengukur efektivitas word of mouth marketing dalam bisnis [Online] Tersedia : <https://ems.ekrut.com/media/word-of-mouth-marketing-adalah> [10 Maret 2021]

Nugroho. (2019). Mengenal Brand Awareness Dan Cara Meningkatkan nya [Online] Tersedia : <https://qwords.com/blog/brand-awareness> [4 Juni 2021]

Pusparisa. (2020). Ribuan Penipuan Online Dilaporkan dalam Lima Tahun Terakhir [Online] Tersedia : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/11/ribuan-penipuan-online-dilaporkan-tiap-tahun> [4 Juni 2021]