

## DAFTAR RUJUKAN

- Andriani, Dewi. 2022. "Mau Ikutan Kemitraan Mixue Ice Cream yang Lagi Viral? Ini Rincian Modal Awal dan Keuntungannya". Tersedia pada <https://hypeabis.id/read/14488/mau-ikutan-kemitraan-mixue-ice-cream-yang-lagi-viral-ini-rincian-modal-awal-dan-keuntungannya> (diakses tanggal 2 November 2022).
- Antony, Mayfield. 2008. *What is Social Media?. London: iCrossing.*
- Anwar, R. N., dan Aprillia, R. 2018. "Pengaruh Kepercayaan dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Fashion Muslim Hijup di Jakarta". *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Volume 6, Nomor 1 (hlm.75-85).
- Ariella, I. R.. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid". *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 3, Nomor 2 (hlm.215-221).
- Bayu, Dimas. 2022. "APJII: Pengguna Internet Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022". Tersedia pada <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022> (diakses tanggal 8 September 2022).
- Bimantara, I. M. W. 2021. "Peranan Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Volume 13, Nomor 1 (hlm.108-116).
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fitri, J. Z., dan Madiawati, P. N. 2020. "Potential Market, Elektronik Word of Mouth (E-WOM), Media Sosial yang Mempengaruhi Citra Destinasi dan Berdampak Kepada Minat Berkunjung ke Taman Wisata Hutan Mangrove Sebalang, Desa Tarahan, Lampung Selatan". *eProceedings of Management*, Volume 7, Nomor 3 (hlm.6900-6930).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harahap, Z. H. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Musik dan Personal Branding Penyanyi Vionita Sihombing". *Grek: Jurnal Seni Musik*, Volume 11, Nomor 2 (hlm.81-94).
- Haryanto, dkk. 2021. "Social Media and Viral Marketing Analysis of Purchase Decisions Through Tiktok Applications". *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, Volume 9, Nomor 2 (hlm.33-39).
- Hermawan, F. T. 2020. "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda di Komplek Graha Indah Bekasi)". (*Doctoral Dissertation*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Imron. 2019. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang". *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*, Volume 5, Nomor 1 (hlm.19-28).
- Indrasari, Dr. Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, Rudy, dkk. 2021. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Bandung: Widina Bhakti Persada (Grup CV. Widina Media Utama).
- Khatib, Dr. F. (2016) "The Impact of Social Media Characteristics on Purchase Decision Empirical Study of Saudi Customers in Aseer Region", *International Journal of Business and Social Science*, Volume 7, Nomor 4, (hlm.41-50).
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. 2016. *Marketing Management, 15<sup>th</sup> Edition*. United States: Pearson Education.
- Kurniawan, K. Y., dan Albari, A. 2023. "Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merek Apple Lini Terbaru (Citra Merek sebagai Variabel Mediasi)". *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, Volume 11, Nomor 1 (hlm.52-66).

- Laras, Arlina. 2022. "Segini Perkiraan Modal Buka Gerai Es Krim Mixue, yang Lagi Viral". Tersedia pada <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220811/263/1565931/segini-perkiraan-modal-buka-gerai-es-krim-mixue-yang-lagi-viral> (diakses tanggal 2 November 2022).
- Lyna, L., dan Ditiobiet, H. 2021. "Peranan Media Sosial Instagram, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Masker. Solopunya". *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, Volume 3, Nomor 2 (hlm.84-89).
- Mamonto, F. W., dkk. 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*, Volume 9, Nomor 2 (hlm.110- 121).
- Marius, P. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Maulida, A. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Zafi Studio di Mangaran Situbondo". *Growth*, Volume 19, Nomor 2 (hlm.170-185).
- Mulijaya, I Made, dkk. 2019. "Pengaruh Viral Marketing dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha". *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Volume 11, Nomor 2 (hlm.628-635).
- Mulyono, H., dan Syamsuri, A. R. 2021. "Pengaruh Ketersediaan dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul". *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, Volume 1, Nomor 2 (hlm. 169-178).
- Nanincova, Niken. 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro*. AGORA, Vol. 7, No. 2.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, A. E., dkk. 2019. "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan". *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, PUSKIBII (Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis)*, Volume 1, Nomor 1 (hlm.165-173).

- Pinasti, Kusumo Endah. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian pada Siswa SMA Negeri Wonosobo*. Skripsi. Jurusan Manajemen, Universitas Negeri Semarang.
- Pradana, Alvin Juan. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop HP (Hewlett Packard)*. Skripsi. Program Studi S1 Manajemen, Universitas Negeri Jakarta.
- Prasad, S., dkk. 2017. "Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Purchase-Decision Involvement". *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, Volume 9, Nomor 2 (hlm.134-145).
- Priansa, Doni Juni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia. Eilean Hooper-Greenhil, 2000.
- Rakhman, K. G., dkk. (2016). "Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Biore Men di Kota Semarang". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Volume 5, Nomor 4 (hlm.542-550).
- Ramli, Samsul. 2013. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Riskyady, Y. F., dan Sulistyowati, R. 2021. "Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pertandingan Sepak Bola Persebaya Pada Locket.com". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 9, Nomor 2 (hlm.1181-1187).
- Rizaty, Monavia Ayu. 2022. "Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia". Tersedia pada <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia> (diakses tanggal 8 September 2022).
- Sari, D. P., dan Nuvriasari, A. 2018. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)". *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Volume 3, Nomor 2, (hlm.73-83).
- Saputra, Ridho. 2020. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru*. Skripsi. Program Studi S1 Manajemen, Universitas Islam Riau.
- Schiffman dan Kanuk. 2009. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua (Jakarta: PT Indeks Gramedia).



- Sitompul, S. S., dkk. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Campina *Ice Cream Industry Tbk*”. LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan, Volume 2, Nomor 3 (hlm.379-392).
- Soetanto, James Prabowo, dkk. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu”. PERFORMA: Jurnal Manajemen dan *Start-Up* Bisnis, Volume 5, Nomor 1 (hlm.63-71).
- Sondakh, N. D., dkk. 2022. “Pengaruh Viral Marketing, Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kokumi Manado”. Jurnal EMBA, Volume 10, Nomor 4 (hlm.479-489).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supu, Larassati Pratiwi, dkk. 2021. “Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Manado”. Jurnal EMBA, Volume 9, Nomor 3 (hlm.919– 928).
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar dan Husein. 2016. *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyudi, D. 2013. “*The Influence of Social Media Twitter to Follower Interest to Listen Bharabas Radio 97, 5 FM Pekanbaru*”.
- Winarso, Bambang. 2021. “Apa Itu Tiktok dan Apa Saja Fitur-Fiturnya?”. Tersedia pada <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok> (diakses tanggal 24 September 2022).
- Yusuf, A. (2021). “The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City”. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Volume 2, Nomor 1 (hlm.472-481).