

DAFTAR PUSTAKA

- Alfifto, & dkk. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Keputusan Pada Geprek Bensumongonsidi Medan. *Jurnal Manajemen Tools Vol 13*, 10.
- Anaqhi, A. W., & dkk. (2023). Viralitas Trash-Talking di Tiktok Sebagai Gaya Baru Personal Digital Branding. *Jurnal Nomosleca*, 68 -71.
- Andriani, Z. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap . *Ejournal UMSU*.
- Andora, M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan pada Platform Shopee. *Manajerial, Vol. 20 No.2* , 208-2016.
- As'ad, M. S. (2020). Analisis Pengaruh Viral Marketing, dan Brand Awareness Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ngikan Tebet. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta*, 17-24.
- Budhiartini, N. L. (2022). Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelajaran Dalam Berbelanja Online Pada Tokopedia di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 229.
- Fathanul, V. (2022). Pengaruh Strategi Bauran Peasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal (Studi Kasus di Wilayah Cakung Jakarta Timur). *Repostory STIE Indonesia (STIE) Jakarta*.
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang pernah Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial . *Jurnal Administrasi Bisnis*, 163-171.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 17, Nomor 2, 2020*.
- Hidayat, T. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 17, Nomor 2*.
- Muliajaya, I. M., & dkk. (2019). Pengaruh Viral Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial *Instagram* Pada Mmahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 1*, 629-630.

- Nisa, A. F., & Komariah, K. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk di Waroeng Spesial Sambal “SS” Condongcatur Timur. *Journal of Culinary Education and Technology*.
- Sondakh, D. N., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kokumi Manado. *Jurnal EMBA Vol. 10 No. 4 Oktober 2022*, 479-489.
- Sufandy. (2020). Analisis dan Penerapan Bauran Promosi Pada Toko Adore Batam. *Digital Repostory Universitas Internasional Batam*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab (Studi Pada Alif Galeri Hijab Sidoarjo. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis Volume 1*, 45.
- Syahputra, C. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Kadutan Koffie. *e-Proceeding of Management : Vol.8*, 1244.
- Wilson, R. F. (2018). The Six Simple Principles of Viral . *Pratical Eccommerce*.
- Windawaty, H. (2021). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di Hotel Holiday Inn Express Jakarta Thamrin. *Journal of Hospitality & Tourism Innovation*, 59.

