

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan Artikel

- Andini, N.P, Suharyono & Sunarti. 2014. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.11 No. 1. Juni 2014. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Darmansyah, Salim. M, Bachri.S. 2011. *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Indonesia (Penelitian Online)*. Jurnal. ISSN: 169-5241. Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Bengkulu.
- Hamdani, Y.M dan Mawardi, M.K. 2018. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Suroei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.60 No. 1. Juli 2018. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Nurlela, T.S dan SP, Sri Wiludjeng. 2013. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT "X"*. Jurnal. ISBN: 978-979-636-147-2. 23 Maret 2013 Universitas Widyatama Surakarta.
- Ristania, N dan Justianto, J.S. 2013. *Analisa Pengaruh Harga, Promosi dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop S-NEXIAN Melalui Facebook*. Jurnal 5(2),131-161. Bina Nusantara.

- Rini, E.S dan Astuti, D.W. 2012. *Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorser Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol 6. No. 1 Januari 2012 Hal 1-12. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Sari, D.P dan Djatikusuma, E.S. 2013. *Pengaruh Celebrity Endorser AyuTing-Ting Dalam Iklan Televisi Terhadap Brand Image Produk Sarimi*. STIE MDP.

Skripsi

- Heda, N.S.R. 2017. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampo (Studi Kasus pada Merek Clear)*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sulistyo, Bagus Putro. 2015. *Analisis Pengaruh Viral Marketing Terhadap Pembentukan Brand awareness dan Keputusan Pembelian*. Skripsi. Universitas Jember Fakultas Ekonomi Jember.

Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmawan, deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan kedua, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iskandar. 2010. *Metodeologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. GP Press. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

- Santoso, Singgih. 2012. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Simamora. 2003. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Metodeologi Penelitian-Bisnis dan Ekonomi*. Cetakan Pertama, ISBN: 9786020874111. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua Puluh Dua. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi Kedua Puluh Tiga. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding, Membangun Merek. Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung: Mizan.

Website

https://id.m.wikipedia.org/wiki/pemasaran_viral
<https://thidiweb.com/sejarah-tokopedia/amp/>