

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti. 2014. Pengaruh Strategi *Promotion Mix* dalam Meningkatkan Penjualan Pakaian Secara *Online* di Kalangan Remaja Kota Madiun (Studi Kasus Pada “Elmos Shop”). *Ekomaks*. Volume 3 Nomor 2.
- Astuti, Riska Ladya Meitharani Budi. 2016. Pengaruh Promosi *Online* dan *Celebrity Endorser* terhadap Minat Beli Konsumen Tas *Online Shop* Fani House. Ponegoro: *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
- Alma, H. Buchari. 2017. *Pengantar Bisnis*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Deniawan, Dede. 2016. Pengertian E-Marketing Menurut para Ahli dan Menurut Dede Deniawan. <https://deniawan27.blogspot.com/2016/11/pengertian-email-marketing-menurut-para.html> (diakses tanggal 14 Desember 2020).
- Dewi, Wahyu Setia, Leonardo Budi Hasiolan dan Maria M. Minarsih. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Susu Bebelac di Giant Hypermarket Karangayu Semarang). *Journal Of Management*. Vol. 2 No.2.
- Destiani, Tini, Muh. Zabir Zainuddin dan La Ode Abdul Manan. 2020. Pengaruh Penjualan secara Online terhadap Minat Beli Masyarakat Kota Kendari (Studi Kasus pada Toko Busana “Emmy Hijabku”). *Sultra Journal of Economic and Business*. Volume 1 Nomor 1.
- Ernawati, Sri. 2020. *Viral Marketing* dan Motivasi Wisatawan dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Pada Destinasi Wisata di Kabupaten Bima. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*. Volume 9, No. 2.
- Firdaus, Ali. 2020. Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar, Kreatifitas Strategi dan Inovasi Produk pada Umkm di Swalayan Tara No Ate. Ternate: *Skripsi*, Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25*. Edisi 9. Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Agus. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hayati, Rina. 2019. Pengertian Penelitian Survei, Macam, Ciri, dan Cara Menulisnya. <https://Penelitianilmiah.Com/Penelitian-Survei/> (diakses tanggal 20 November 2020).
- Hamdani, Muhammad Yusuf Dan M. Kholid Mawardi. 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 Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 60 No.1.

Hairudin, Umar Bakti dan Maria Septijantini Alie. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada Toko *Online* Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*. Volume 22, Nomor 1.

Indika, Deru R dan Cindy Jovita. 2017. Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*. ISSN 2580 – 4928. Volume 01, Nomor 01.

Jati, Waluyo dan Hanafi Yuliansyah. 2017. Pengaruh Strategi Pemasaran Online (*Online Marketing Strategy*) terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Online Shop Azzam Store). *Jurnal pemasaran kompetitif Manajemen Pemasaran* no. ISSN (cetak) 2598-0823. Vol. 1 No.1.

Kurniawati, Dewi dan Nugraha Arifin. 2015. Strategi Pemasaran melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*. Volume 1, Nomor 2.

Kara, Anastasia. 2016. Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian *Online Shop* Elevenia di Bbm Grup terhadap Minat Beli Mahasiswi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. ISSN. 2442-6962 Vol. 5, No. 1.

Khoernnikmah, Iik dan Agus Widarko. 2018. Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus pada konsumen Toko Sinar Muda Busa). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*. Fakultas Ekonomi Unisma.

Khoiro, Failatul, N. Rachma dan M. Hufron. 2019. Pengaruh Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian dengan Viral *Marketing* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Warung Siji House And Resto Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*. Fakultas Ekonomi Unisma.

Lutfiyah, Lujeng. 2020. Pengaruh *Brand Image*, Media Sosial dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Minat Belanja *Online* (Studi Kasus pada Mahasiswa Uinsa Surabaya). Surabaya: *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Surabaya.

Maulana, Arief Giri dan Heppy Millianyani. 2015. Pengaruh *Social Media Marketing* melalui Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *e-Proceeding of Management*. Vol. 2, No. 3.

Muna, Farida Nailil. 2019. Pengaruh Pembelian *Online* dan Pembelian *Offline* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada 3second Yogyakarta). Yogyakarta: *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

- Mulyandi, M. R dan Estika P. Sani. 2020. Pengaruh *E Marketing Mix* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada *E Commerce* di Indonesia). *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*. Vol 3, No 1.
- Nafisah. 2018. Pengaruh Strategi Promosi melalui *Social Media* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul. Yogyakarta: *Skripsi*, Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Widya Wiwaha.
- Norhabiba, Fitri dan Sukma Ari Ragil Putri. 2018. Pengaruh Intensitas Akses Internet terhadap Kualitas Interaksi Sebaya Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*. Volume 2, Nomor 2.
- Putra, Giarda Permadi, Zainul Arifin dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 48 No.1.
- Putri, Shelma Destania dan Rati Trestnati. 2018. Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Minat Beli (Survei Pelanggan Pada Toko Pakaian Hijab Kembar Shop Bandung. *Prosiding Management*. ISSN: 2460-6545. Volume 4, Nomor 1.
- Putri, Yulia Hamdani, Dessy Yunita dan Aslamia Rosa. 2019. Pembentukan Citra Merek *Minimarket* Melalui *Viral Marketing* (Studi Kasus *Minimarket* 212). *Jurnal Ekonomi Syariah*. (p) ISSN: 2502-3918; (e) ISSN: 2502-7825. Volume 4, Nomor 2, pp.172-182. DOI: <https://doi.org/10.22219/jes.v4i2.9874>.
- Rahardjo, Christopher Richie. 2016. Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk *Frozen Food*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Volume 1, Nomor 1.
- Rahaju, ML Endang Edi, Indayati dan Mintarti Indartini. 2020. Analisis terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja secara *Online* di Kotamadya Madiun. *Ekomaks*. Volume 3 Nomor 2.
- Setiawati, Mila. 2015. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian). Pasir Pengaraian: *Skripsi*, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
- Shahnaz, Bella Fidanty dan Wahyono. 2016. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko *Online*. *Management Analisis Journal*. ISSN 2252-6552. Diterima Oktober 2016, Disetujui November 2016, Dipublikasikan Desember 2016.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

- Susanti, Desi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Produk Tupperware pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Menara Ekonomi*. Vol. 3 No. 5.
- Susilowati, Retno, Endriana Pangestuti dan Aniesa Samira Bafadhal. 2019. Pengaruh Viral *Marketing* terhadap Kepercayaan Konsumen dan dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei *Online* Pada Konsumen King Mango yang Merupakan *Followers* Akun Instagram @Kingmangosurabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 66 No. 1.
- Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategis*, Edisi kedua. Penerbit: ANDI Yogyakarta.
- Tarwiyanti, Eka Apriliyah. 2018. Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Pada Toko *Online* (*Onlineshop*) terhadap Intensi Membeli Produk. *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang. Prodi Psikologi.
- Velia dan Diah Ayu Candraningrum. 2019. Pengaruh Viral *Marketing* Video Promosi Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bakso Goreng long. *Prologia*. EISSN 2598-0777 Vol. 3, No. 2.
- Wandanaya, Anita B. 2012. Pengaruh Pemasaran *Online* terhadap Keputusan Pembelian Produk. ISSN: 1978-8282. Volume 5, Nomor 2.
- Warisan, Johan dan Agung Harianto. 2018. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam memilih Restoran “*All You Can Eat*” di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*. Vol. 6 No.1.
- Wahyuni, Rika. 2018. Pengaruh Harga, Promosi, dan Viral *Marketing* terhadap Keputusan Membeli Pada Toko *Online* “Nunu Collection” Melalui Facebook. Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda.
- Widjaja, Yani Restiani dan Ruth Alexandra. 2019. The Impact Of Viral Marketing On Consumer Interest On Indihome Product. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*. ISSN Cetak: 2337-3997, ISSN Online: 2613-9774, Volume 7, Nomor 1.