

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 80–103.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh *Viral Marketing* Shopee Affiliate, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Forum Bisnis Dan KewirausahaanJurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Anggarani, P. L. P., Agung, A. A. P., & Atmaja, N. P. C. D. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame. *Jurnal EMAS*, 3(2), 36–45.
- Astasari, M. O., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh *Viral Marketing* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 157–160.
- Dharma, B., Auliyani, M., & Manik, N. N. A. (2022). Pengaruh *Viral Marketing* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kota Medan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(4).
- Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi. (2022). Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. *Online*. <https://pddikti.kemendikbut.go.id>
- Fera, & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi di Kota Palembang. *Publikasi Riset Manajemen*, 3 (1), 8–10.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta. Deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Kesembilan. Semarang : Badan Penerbit Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Iqbal, M. A., & Susanti, E. D. (2022). Pengaruh *Communication Marketing* dan *Brand Image* pada *Viral Marketing* terhadap Minat Beli Pelanggan *Brand Erigo Store* di Era *New Normal*. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1048. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.579>

- Iyelda, N., Syaframis, N. F., & Ariyanto, Y. (2021). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kain Tenun Bima di Mutmainah Kota Bima. *Ekonomi Bisnis* 27(1). 497-504. <https://ejournal.unis.ac.id/index.php/JEB/article/view/1305>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed). Harlow : Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). Boston : Pearson Education.
- Liu, H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1560>
- Marchada G, M. S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh *Viral Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen pada Layanan *Video On Demand* (VOD) Netflix. *e-Proceeding of Management* : Vol.8, No.5.
- Nurhayati, R. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. 11(2), 10–14. <https://doi.org/10.16194/j.cnki.31-1059/g4.2011.07.016>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., Alamsyah, F. A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Fatturohman, M. R. H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Viral Marketing* dan *Brand Awareness* terhadap Minat Beli Konsumen. *Greenpub*, 1(4), 754–763.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponogoro : Cv Wade Grup.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Sabillah, F. Z., Akbar, T., & Latianingsih, N. (2022). Pengaruh *Viral Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Mie Gacoan). *Journal Administrasi Profesional*, 03(2), 1–10.
- Sari, R. K. (2019). *Viral Marketing* : Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. *Cermin: Jurnal Penelitian*, 3(2), 81. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i2.488
- Setiadi, N. (2019). *Perilaku Konsumen: Prospektif Komtemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Kencana Pernada Media.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wahyuni, S., & Saifudin. (2023). Pengaruh *Content Marketing*, *Viral Marketing* dan *Spiritual Marketing* terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen Rocket Chicken di Salatiga). *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 133–155. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i1.586>
- Wardhani, F. D. (2019). Faktor-faktor Minat Konsumen terhadap Baju Bekas di Toko Baju Bataman Ganjar Agung kota Metro. *Repository.Metrouniv.Ac.Id*.
- Wiludjeng, S., & Nurlela, T. S. (2013). Pengaruh *Viral Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt “X.” *Proceeding Seminar Nasional Dan Call for Papers Sancall 2013*, 1, 51–59.