

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M. F., & Khalid, J. (2022). *Pengaruh Pomosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Angkringan Nineteen*. *Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*.
- Brestilliani, L. (2020). *Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stiesia) Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Chasanah, U., Brata, D., & Sp, G. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo*. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha* (Vol. 3, Issue 1).
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). *Pengaruh Cita Rasa dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung*. *Revenue: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Dirwan. (2022). *Point of View Research Management Effect of Promotion, Positioning and Brand Image on Samsung Smartphone Purchase Decisions Keyword: Promotion Positioning Brand Image Purchase Decision*. In *Point of View Research Management* (Vol. 3, Issue 1). <https://journal.accountingpointofview.id/index.php/povrema>
- Diva Azzahra, R., Aulia Madhani, D., Fitriyani, H., Nurani, N., Abi Setiawan, Y., & Barokah, S. (2023). *Pengaruh Korean Wave dan Brand Ambassador Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Produk Scarlett di Universitas Muhammadiyah Gombong*. *Home of Management and Bussiness Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.26753/hombis.v2i1.067>
- Fairliantina, E., & Paniroi, J. (2022). *Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di denny's restoran Senayan City*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Faradasya, C. I., & Trianasari, N. S. S. S. M. (2021). *The Influence of Brand Ambassador Kpop Stray Kids and Brand Image on Purchase Decisions (Study Case of E-Commerce Shopee)*.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, H. (2000). *Manajemen Pemasaran*. BPFE.
- Handayani, M. R. D. Y. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi di Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Beauty Produk Skincare Bening's Di Kota Surabaya*. *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika>
- Hulu, I. A., Ginting, N., & Rajagukguk, I. Y. (2021). *Pengaruh Kualitas, Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Gold Label Whip Cream di PT Rich's Product Indonesia*.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (n.d.). *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan* (N. F. Atif, Ed.; 3rd ed.). Refika Aditama.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). *Two Hearts in Three-Quarter Time: How to Waltz the Social Media/Viral Marketing Dance*. *Business Horizons*, 54(3), 253–263. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.006>
- Karisma, N., & Hanifah, R. N. (2023). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Karawang*. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 608. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.830>
- Kim, J. W. (2018). *They Liked and Shared: Effects of Social Media Virality Metrics on Perceptions of Message Influence and Behavioral Intentions*. ScienceDirect.
- Kotler, P. (2000). *Prinsip Pemasaran* (8th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles Of Marketing* (A. Maulana, B. Sabran, D. Barnadi, & W. Hardani, Eds.; Edisi 12). Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (B. Molan & B. Sarwiji, Eds.; Cet. 4). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th, global edition ed.). London : Pearson Education.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications*. Wiley & Sons, Incorporated, John.
- Nugraha, G. (2017). *Panduan pemeriksaan laboratorium hematologi dasar* (A. Maftuhin, Ed.; Edisi 2). Jakarta : Trans Info Media.
- Rahayu, N. P. G., & Kusumadewi, N. M. W. (2023). *Peran Brand Awareness Memediasi Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Ramadhan, G., Novriansyah, Y., & Supriyati. (2022). *Pengaruh Promosi, Layanan Konsumen dan Brand Berlogo Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Jangkat*. *Ensiklopedia of Journal*.
- Ramadhani, R., Hamidah, R., & Sulistyowati, A. (2022). *Penaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik*.
- Romli, G. C., & Sisilia, K. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Katering Diet 'Yellowfit Kitchen.'* *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*.
- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial* (R. Franita, Ed.; 1st ed.). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Royan, F. M. (2005). *Marketing celebrities : selebriti dalam iklan dan strategi selebriti memasarkan diri sendiri*. Elex Media Komputindo.

- Rukuni, T. F., Shaw, G., Chetty, Y., Kgama, P., Kekana, P., & Rogers, K. (2017). *Viral Marketing Strategies and Customer Buying Behavioural Intentions at Retail Store in Johannesburg. Business Management and Strategy*, 8(1), 59. <https://doi.org/10.5296/bms.v8i1.10676>
- Sakaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.). John Wiley & Sons. [www.wileypluslearningspace.com](http://www.wileypluslearningspace.com)
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behaviour* (7th Edition). PT Indeks.
- Siskhawati, L., & Maulana, H. A. (2021). *The Influence of Brand Ambassador and Korean Wave on Purchase Decision for Neo Coffe Product*. [www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi](http://www.jurnal.unikal.ac.id/index.php/jebi)
- Sugiyono. (2019). *Sugiyono - Kualitatif Kuantitatif RnD* (2019) (2nd ed.). Alfabeta CV.
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). *Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>
- Tendean, M. R., & Mananeke, L. (2020). *Pengaruh Viral Marketing, Store Location dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian di McDonald's Manado. In Roring... 146 Jurnal EMBA* (Vol. 8, Issue 1).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Penerbit Andi.
- Velia, & Candraningrum, D. (2019). *Pengaruh Viral Marketing Video Promosi Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bakso Goreng iONG*.
- Veren, & Kalpikawati, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Kuta Bali. JURNAL GASTRONOMI INDONESIA*, 8(2), 49–55. <https://doi.org/10.52352/jgi.v8i2.551>