

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Ali. 2005. *VIRAL MARKETING ON STRATEGY Membangun Mega Bisnis dengan Konsep Viral Marketing*. 1st ed. Yogyakarta: ANDY.
- Azhari, Sartika, and Irfan Ardiansah. 2022. "Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutifez)." *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi* 1, no. 1 (Januari): 222. <http://dx.doi.org/10.26418/justin.v10i1.45284>.
- "BPS: 71,74 % Usaha Makanan & Minuman di Indonesia Gunakan Media Online untuk Promosi." 2022. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/20/bps-7174-usaha-makanan-minuman-di-indonesia-gunakan-media-online-untuk-promosi>.
- Dr. Priyono, MM. 2016. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Edisi Revisi 2016 ed. Sidoarjo: ZIFATAMA PUBLISHING.
- Feroza, Cindie S., and Desy Misnawati. 2020. "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN." *Jurnal Inovasi* 14 (1). <https://www.google.com/url?q=https://journal.binadarma.ac.id/index.php/jurnalinovasi/article/download/1397/755&sa=D&source=docs&ust=1713355343761553&usg=AOvVaw2pV4unnrSZ3cMgUXGftPat>.
- Griffin, Emory A. 2012. *A First Look at Communication Theory*. N.p.: McGraw-Hill Education.

Hafizha, Nabila. 2023. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian." *Skripsi*.

"Iklan TikTok di Indonesia Jangkau 126 Juta Audiens, Terbanyak ke-2 Global." 2024. Databoks.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/06/iklan-tiktok-di-indonesia-jangkau-126-juta-audiens-terbanyak-ke-2-global>.

Iqrimah, Ani N. 2023. "Deretan Fitur TikTok Terbaru yang Wajib Dicoba."

<https://www.google.com/url?q=https://www.beritasatu.com/ototekno/1071210/deretan-fitur-tiktok-terbaru-yang-wajib-dicoba&sa=D&source=docs&ust=1713911260826990&usg=AOvVaw1jvHjWufBfK2iQ5J05xjKS>.

Kaloka, Angesti Sari K. 2016. "PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA INSTAGRAM @MAKANANJEMBER."

Kotler, P., and K. L. Keller. n.d. *Marketing Management*. N.p.: New Jersey:Prentice Hall Published.

Kurnia, Neng D., Riche C. Johan, and Gema Rullyana. 2018. "THE CORRELATION BETWEEN INSTAGRAM SOCIAL MEDIA USAGE AND COMPETENCY OF MEDIA LITERACY AT UPT NATIONAL INSTITUTE OF TECHNOLOGY LIBRARY." 8, no. 1 (Mei).

Marchapada, Mozart S., and Tri I. Wijaksana. 2021. "PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA

LAYANAN VIDEO ON DEMAND (VOD) SERVICE.” *e-Procwwding of Management* Vol. 8 No. 5.

Maulidah, Fa'ziah, and Irma Russanti. 2021. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PAKAIAN BEKAS.” 10 (Oktober 2021).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-busana/article/view/43200/37025>.

McQuail, Demis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. 6th ed. Vol. 1. Jagakarsa, Jakarta: Salemba Humanika.

“Mengupas Mitos dan Fakta Tentang TikTok, dari Kantor Pusat Hingga Penyimpanan Data.” 2023.
<https://www.google.com/url?q=https://newsroom.tiktok.com/in-id/mengupas-mitos-dan-fakta-tentang-tiktok-dari-kantor-pusat-hingga-penyimpanan-data&sa=D&source=docs&ust=1713355343753363&usg=AOvVaw3b13vVGsMT14QIHjnzVbR3>.

Merlinawati, Atikah. 2022. “PENGARUH VIRAL MARKETING, BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA MASA PANDEMI.” *Skripsi*.

“Misi TikTok.” n.d. Tentang TikTok. Accessed Maret 18, 2024.
<https://www.google.com/url?q=https://www.tiktok.com/about?lang%3Did&sa=D&source=docs&ust=1713355343756072&usg=AOvVaw2ONauyL6eUcZ1BbQL-jC78>.

- Morissan. 2015. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. 5th ed. Jakarta: Kencana.
- Petty, Richard E., and John T. Cacioppo. n.d. *THE ELABORATION LIKELIHOOD MODEL OF PERSUASION*.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. 19th ed. Bandung: ALFABETA, CV.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2020. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Edisi Kedua ed. Bandung: ALFABETA, CV.
- Rahima. 2019. "PENGARUH VIRAL MARKETING MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT PEMBELIAN TEMPO GELATO YOGYAKARTA." *Skripsi*.
- Rohmiyati, Yuli. 2018. "Analisis Penyebaran Informasi Pada Media Sosial." 2 (1).
- Sahir, Syafrida H. 2021. *METODOLOGI PENELITIAN*. Cetakan 1 ed. Bojonegoro: PENERBIT KBM INDONESIA.
- Setiawan, Sobur ., 2019. *Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana*. N.p.: PPNI Qatar.
- Shafilina, Shiyati. 2023. "PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE BERBASIS APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Followers Kanal TikTok Skintific)." *Skripsi*.

Situmeang, Ilona Vicenovie O. 2022. *PENGARUH PESAN VIRAL MARKETING DIGITAL DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS (Studi Eksplanatif Pada Akun Instagram @Lumiere) V.*

Situmorang, James S. n.d. *Pemasaran Viral - Viral Marketing* 6 (1).

Theresia, Cindy, and Rinintha Parameswari. 2023. "Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Riview, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincase Somethic Melalui Marketplace Shopee Indonesia." 2 (1).

"TikTok adalah platform di mana konten dan transaksi belanja bertemu, membantu konsumen menemukan dan melakukan pembelian berikutnya."

2023. Newsroom | TikTok. [https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-](https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok)

[adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-](https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-)

[membantu-konsumen-menemukan-dan-melakukan-pembelian-berikutnya.](https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-membantu-konsumen-menemukan-dan-melakukan-pembelian-berikutnya.)

"Tips Menjalani Bisnis di Tengah Pandemi Ala Tugu Bakery." 2022.

UKMINDONESIA.ID. [https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tips-](https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tips-menjalani-bisnis-di-tengah-pandemi-ala-tugu-bakery#google_vignette)

[menjalani-bisnis-di-tengah-pandemi-ala-tugu-bakery#google_vignette.](https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/tips-menjalani-bisnis-di-tengah-pandemi-ala-tugu-bakery#google_vignette)

Utami, Ika Lestari B. n.d. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen di Instagram @MADIUNNGEMIL." *Skripsi.*

Wibowo, Tony, and Yudi. 2021. "Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial TikTok

Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam." *Studi*

Penetrasi Aplikasi Media Sosial TikTok Sebagai Media Pemasaran

Digital: Studi Kasus Kota Batam 1, no. 1 (September): 662.

[https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech/issue/view/99.](https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech/issue/view/99)

Wilujeng, Sri, and Tresna S. Nurlela. 2013. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT "X."" (Maret).

"Yuk Coba Pahami Cara Kerja Algoritma TikTok!" n.d. Accessed Maret 18, 2024.

https://www.google.com/url?q=https://koinfo.kotabogor.go.id/index.php/post/single/829&sa=D&source=docs&ust=1713355343752762&usg=AOvVaw0b3MvctD_nUQJhKnJJK6M0.