

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. 2007. *Sosiologi, Skematika, Teori, dan Terapan*. PT. Bumi Aksara. Jakarta
- Adiana & Karmini. 2012. Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga, Dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin Di Kecamatan Gianyar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Universitas Udayana.
- Alma, B. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Cetakan Pertama*. Graha Ilmu. Jakarta.
- Aprillia. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian *Online* pada Mahasiswa Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta. Unpublished.
- Ardyanto, D., Heru, S., & Riyadi. 2015. Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 22, nomor 1.
- Astari, G. 2014. Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2014. *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, Surabaya.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2017. Data Pengguna Internet di Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Jakarta.
- Azwar, S. 2003. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Azis, E. & Apriyani, S. 2016. Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Go-Jek di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*. Volume 3, No.1.
- Clow, K.E., & Donald, B. 2016. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson. England.
- Devi, S.R.M. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayuran Organik. *Jurnal Ilmu Pertanian*. Volume No 27, Nomor 1.

- Dewi, K.A. 2013. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi: Studi Kasus SMA Negeri 28 Jakarta dalam Kaitannya dengan Perpustakaan Sekolah. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia. Unpublished.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Giffari, R.A. 2016. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Fabrik Eatery & Bar Bandung. *Skripsi*. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Unpublished.
- Goel, D., & Devi, G. 2014. *A Reviews on Impact of Viral Marketing, global journal of multidisciplinary Studies*. Vol.3, Issue3.
- Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. 2018. *Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 114 Tahun 2018 tanggal 1 November 2018 tentang Upah Minimum Provinsi Tahun 2019*. Jakarta.
- Gubernur Jawa Barat. 2018. *Peraturan Gubernur Jawa Barat. Nomor: 561/Kep.1220 Yanbangsos/2018 tanggal 21 November 2018 tentang Upah Minimum Kabupaten/Kota di Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2019, untuk Kabupaten/Kota Bogor, Kota Depok, dan Kabupaten/Kota Bekasi*.
- Gubernur Banten. 2018. *Peraturan Gubernur Banten Nomor 561/Kep.318-Huk/2018 tanggal 21 November 2018 tentang Besaran Upah Minimum Kabupaten/Kota di Provinsi Banten Tahun 2019, untuk Kabupaten/Kota Tangerang dan Kota Tangerang Selatan*.
- Guilford, J.P. 1956. *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. 3rd Ed. McGraw-Hill Book Company, Inc. New York
- Haghirian, P. & Madlberger, M. 2005. Costumer Attitude Toward Advertising Via Mobile Devices; An Empirical Investigation Among Austrian Users. Makalah disampaikan dalam *Proceedings of ECIS (European Conference of Information Systems)*.
- Hamdani, M.Y. & Mawardi, M.H. 2018. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 60 No.1.
- Hasan, M. & Muhammad, A. 2018. *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. CV. Nur Lina. Makasar.

- Hosseini, H.K. & Faraz, S. 2011. Mobile advertising: An investigation of factors creating positive attitude in Iranian customers. *African Journal of Business Management* Vol. 5(2), pp. 394-404.
- Ikhsan, M. 2016. Pengaruh Akseptibilitas, Afordabilitas, Aksesibilitas, dan Keadaran Terhadap Niat Beli Layanan 4G Telkomsel di Bandar Lampung. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Bandar Lampung. Unpublished.
- Irawan, F.W. & Sudjoni. 1996. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Pertama*. BPFE. Yogyakarta.
- Jariah, A. 2012. Analisis Faktor-faktor Pribadi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Lumajang. *Jurnal wiga*. Vol. 2 No. 2.
- Kaplan, A.M. & Haenlein. 2010. *Users of the world unite. The challenges and opportunities of social media*. Bussiness Horizon.
- Khaerunnisa, R.M. 2016. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Purchase Decision Involvement Di Dusun Bambu. *Skripsi*. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Unpublished.
- Kim, A.J. & Ko, E. 2011. Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research*. Volume 10, Nomor 10.
- Kiran, V., Majumdar, M., & Kishore, K. 2012. *Innovation in In-Store Promotions: Effects on Consumer Purchase Decision*. India.
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip, & Gary, A. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. 2014. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Upper Saddle River. New Jersey
- Kotler, P. & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*. Terjemahan oleh Natalia, R.S. PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta.
- Lamb, Charles, W. *et al*. 2001. *Pemasaran*. Salemba Empat. Jakarta.
- Marwadi, M.K. & Hamdani, M.Y. 2018. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 60.

- Mileva, L. & Achmad, F.D.H. 2018. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi dan Bisnis*. Volume 58, Nomor 1.
- Muhardi. 2007. *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Nitisastro, W. 2010. *Pengalaman Pembangunan Indonesia: Kumpulan Tulisan dan Uraian Widjojo Nitisastro*. Penerbit Kompas. Jakarta.
- Nurhidayah, R. 2016. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Sayuran Segar Di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah. Yogyakarta. Unpublished.
- Kumala, O.B. 2012. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen pada Tune Hostel Kuta-Bali. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Indonesia. Jakarta. Unpublished.
- Ollie. 2008. *Membuat Toko Online dengan Multiply*. Media Kita. Jakarta.
- Park, C.H. & Kim, Y.G. 2003. A Framework of dynamic CRM: Linking Marketing With Information Strategy. *Business Process Management Journal*, Volume 9. No 5.
- Porter, M.E. 1995. *Competitive Advantage*. Terjemahan oleh Kharisma. 2008. Publishing Group. Jakarta.
- Rahmana, A. Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. Makalah disampaikan dalam *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009)*. ISSN: 1907-5022. Yogyakarta.
- Rayport, J.F. & Bernard, J.J. 2001. *E-commerce*. McGrawHill/Irwin. Singapura.
- Ristania, N. & Jerry S.J. 2012. Analisa Pengaruh Harga, Promosi, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Online Shop” S-Nexian Melalui Facebook. *Journal of Business Strategy and Execution*. Volume 5, Nomor 2, hal. 131–161.
- Shim, J. K., Qureshi, A. A., Siegel, J. G., Siegel, R. M.. 2000. *The International Handbook of Electronic Commerce*. Chicago.
- Subramani, M. R. & Rajagopalan, B. 2003. *Knowledge-sharing and influence in online social networks via viral marketing*. *Communications of the ACM*, 46(12), 300-307.

- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan E-commerce Perusahaan Top Dunia*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Swastha, B. & Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Swastha, B. & Hani, T.H. 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan keempat*. Penerbit : BPFE. Yogyakarta.
- Syahbandi, 2012. Implementasi Green Marketing Melalui Pendekatan Marketing MIX, Demografi Dan Pengetahuan Terhadap Pilihan Konsumen (Studi The Body Shop Pontianak). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Kewirausahaan Volume 3, Nomor 1*. ISSN : 2087-9957
- Taprial, V. & Kanwar, P. 2012. *Understanding Social Media*. Varinder Taprial & Priya Kanwar & Ventus Publishing ApS.
- Tsang, J., McCullough, M. E., dan Emmons, R. A. (2004). Gratitude intermediate affective terrain: Links of grateful moods to individual difference and daily emotional experience. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 86, No. 2.
- Yamin, S. & Kurniawan, H. 2014. *SPSS Complete: Teknik Analisis Terlengkap dengan Software SPSS*. Salemba Infotek. Jakarta.
- Wild, J.J. 2003. *Analisis Laporan Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Wood, A. 1998. Globalization and The Rise and Labour Market Inequalities. *Economic Journal* 198. No. 450.