

DAFTAR PUSTAKA

- Aggarwal, M., Singh, S., Srivastava, S., Gauba, P., & Rawat, M. S. (2017). *Generation Gap: An Emerging Issue of Society*. International Journal of Engineering Technology Science and Research, 4(9), 973–983.
- Aji, Prasetyo Matak, Vanessa Nadhila, and Lim Sanny. 2020. “*Effect of Social Media Marketing on Instagram towards Purchase Intention: Evidence from Indonesia’s Ready-to-Drink Tea Industry.*” International Journal of Data and Network Science 4(2): 91–104. (Dessart et al., 2015)(Irene, 2019)
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta Yumi Febiola Merentek, Joyce Lopian, Agus Supandi Soegoto, (2017) ” Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Bahu Mall Manado”
- Al-Majali م. م. (2019). Significant Of Viral Marketing Dimensions Word Of Touch On
- Andri Tri Setiawan, Achmad Fauzi DH dan Brillyanes Sanawiri, “*Pengaruh Gaya Hidup dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian*”, Jurnal: Administrasi Bisnis : Vol 65, No. 1, Tahun 2018
- Berman, Barry, Joel R. Evans, dan Patrili Chatterjee. *Retail Management: A Strategic Approach*, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited. 2018. Buying Fast Food Restaurants Products:, Case Of Jordan
- Cheung, M. L., Pires, G. D., dan Rosenberger III, P. J. (2019). *Developing a conceptual Model for examining social media marketing effects on brand*

awareness and brand image. International Journal of Economics and Business Research, 17(3), 243-261.

Firmansyah. (2020). Komunikasi Pemasaran. Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*

25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Hair, et al, 2014, *Multivariate Data Analysis*, New International Edition., New Jersey : Pearson.

Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (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 In. Jurnal Administrasi Bisnis, 60(1),

Hapsawati Taan¹⁾, Djoko Lesmana Radji²⁾, Herlina Rasjid³⁾, Indriyani ⁴⁾ (2021) *Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image*. SEIKO : Journal of Management & Business Volume 4 Issue 1 (2021) Pages 315 - 330

Hootsuite (We Are Social) <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> (diakses 14 juni 2023)

James Prabowo Soetanto, Fanny Septina, dan Timotius Febry. *Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu*” dalam <https://journal.uc.ac.id/>,

Jaya, Handy Surya dan Gede Suparna. 2018. *Pengaruh Atmosfer Toko*,

Kesesuaian Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Temday Store Denpasar. E-Jurnal Unud Vol. 7 (6). Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc

Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2016). *Higher Education and the Digital Revolution: About MOOCs, SPOCs, Social Media, and the Cookie Monster.* Business Horizons, 59, 441-450

Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing* Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited

Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit airlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip and Lane Keller. 2017. *Marketing Manajement*, 15th Edition New

Lekhanya, L. M. (2014). *The Impact Of Viral Marketing On Corporate Brand Reputation.* International Business & Economics Research Journal (IBER), 13(2), 213. <https://doi.org/10.19030/iber.v13i2.8437>

Leon G Schiffman & Leslie, L. K. (2016). *Consumer Behavior* (10th ed.). Irwin: McGraw-Hill

Manullang, M., & Hutabarat, E . 2016. *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi* Global. Yogyakarta: Indomedia Pustaka

Nu'man Mubarak, Achmad Fauzi DH ,Inggang Perwangsa Nuralam (2017) *Pengaruh Celebrity Endorser Pada media sosial instagram terhadap keputusan pembelian.* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 62 No. 1

Percy, Larry dan Rossiter, John R. (2009). *Advertising and Promotion Management*. New York : McGraw-Hill International Book Co.

Salemba Empat. Jakarta.

singh, T., & Sinha, R. (2017). *The impact of social media on business growth and performance in India*. International Journal of Research in Management & Business Studies, 4(1), 36–40

Sugiman, F., & Mandasari, R. (2015). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sanctuary Di Surabaya*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, 548.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Taprial, Varinder dan Priya Kanwar. (2012). *Understandng Social Media*. Varinder Taprial, Priya Kanwar & Ventus Publishing.

Thoyibie, L. (2016). *Psikologi Social Media*. Retrieved from komunikasi-indonesia.org.

Triyanto. (2012). *Mendesain aksesoris*. Sleman: KTSP.

Uma Sekaran. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Wibowo, Radna Andi, *Manajemen Pemasaran*,(Semarang:Radna Andi Wibowo,2021), hal. 2

Yumi Febiola Merentek, Joyce Lopian, Agus Supandi Soegoto, (2017) ” *Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Bahu Mall Manado*” Jurnal EMBA vol. 5 no. 2 hal. 2839- 2847