

DAFTARPUSTAKA

- Andini, N. P., Suharyono, & Sunarti. (2014). In *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggandan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)*.
- Arnani, M. (2018, November 11). *16000 laporan diterima cekrekening.id, penipuan "online" capai 14.000*. Retrieved from Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/read/2018/09/11/15014481/16000-laporan-diterima-dekrekeningid-penipuan-online-capai-14000>
- Chaturvedi, S., Gupta, S., & Hada, D. S. (2016). International Review of Management and Marketing. *Perceived Risk, Trust and Information Seeking Behavior as Antecedents of Online Apparel Buying Behavior in India: An Exploratory Study in Context of Rajasthan*.
- Databoks. (2018, Februari 9). *Berapa pengguna instaggram dari Indonesia?* Retrieved from Databoks.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/09/berapa-pengguna-instagram-dari-indonesia>
- Databoks. (2018, Juli 8). *Jumlah Penduduk Indonesia akan Mencapai Puncaknya pada 2062*. Retrieved from Databoks.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/08/jumlah-penduduk-indonesia-akan-mencapai-puncaknya-pada-2062>
- Databoks. (2018, Juni 24). *Pada 2100, Penduduk Dunia Diprediksi Mencapai 11 miliar Jiwa*. Retrieved from Databoks.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/24/2100-penduduk-dunia-diprediksi-mencapai-11-miliar-jiwa>
- Dewi, R. Y., Yulianeu, Haryono, A. T., & Gagah, E. (2017). *Pengaruh kepercayaan konsumen, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online dengan minat beli sebagai variabel intervening*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS21 update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). In *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen*.
- Haryanto, A. T. (2018, Maret 12). *130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos*. Retrieved from Detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos>
- Hasan, A. (2010). marketing dari mulut ke mulut. In *word of mouth marketing*. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yokyakarta: CAPS.
- Herlambang, S. (2014). basic marketing. In *dasar-dasar pemasaran*. Yogyakarta: Gosen publishing.
- Hootsuit and We are social. (2019). *DIGITAL 2019 INDONESIA*. www.Hootsuite.com & www.Wearesocial.com.
- Hutabarat, D. (2018, Agustus 30). *Angka Penggunaan Media Sosial Orang Indonesia Tinggi, Potensi Konflik juga Amat Besar*. Retrieved from Kominfo: https://kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan_media
- Jamaludin, F. (2018, Maret 5). *Media sosial merajai pengguna internet di dunia*. Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/teknologi/media-sosial-merajai-pengguna-internet-di-dunia.html>
- Kaloka, A. S., Ika Suryaningsih, I. B., & Indraningrat, K. (2016). Artikel Ilmiah Mahasiswa 2016. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen pada Instagram @MAKANANJEMBER*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). *Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, p., & Keller, K. L. (2016). In *Manajemen Pemasaran Edisi 15 Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran edisi 15 Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.

- Kristanto, O. D., Indraningrat, K., & Prasetyaningtyas, S. (2017). Jurnal Bisnis dan Manajemen. *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian di Distro RMBL*.
- Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). *Pengaruh Kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian online*.
- Nalina, K. G. (2015). Micro Level Empirical Study On Viral. *International Journal of Management (IJM)*.
- Priatno, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Purba, R. S. (2016). *Pengaruh viral marketing melalui aplikasi line terhadap keputusan pembelian*.
- Rakyatpos.com. (2018, 10 25). *Pengguna Internet di Babel Capai 800 Ribu Orang*. Retrieved from RakyatPos.com: <http://www.rakyatpos.com/pengguna-internet-di-babel-capai-800-ribu-orang.html/>
- Ristania, N., & Julianto, J. S. (2014). Journal of Business Strategy and Execution. *Analisa Pengaruh Harga, Promosi Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada "Online Shop" S-Nexian Melalui Facebook*.
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku Konsumen. In *perspektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen*. Jakarta: Perneradamedia Grup.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Wong, D. (2017). *Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) .