

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, N.P., dkk. 2014. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.11, No.1, Juni 2014.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Bernard, H. R. ( 2017). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches*. Rowman & Littlefield.
- Coffey, A. (2016). The impact that music streaming services such as Spotify, Tidal and Apple Music have had on consumers, artist and the music industry itself. *Interactive Digital Media. University of Dublin*.
- Edmonds, W. A., & Kennedy, T. D. (2016). *An Applied Guide to Research Designs: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*. SAGE Publications: Thousand Oaks, CA.
- Farih, A., Jauhari, A., dan Widodo, E. 2019. *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Kursus Bahasa Inggris Pare Dengan Viral Marketing Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.4, No.1, Januari 2019.
- Glennardo, Yoshua. 2018. *Pengaruh Celebrity Endorser Slank terhadap Minat Berdonasi Masyarakat pada Organisasi Non-Profit Profana*. Jurnal ARSIMONIA, Vol.5, No.1, APRIL 2018.
- Harris, M. (2020, 03 09). *What is Streaming Music?* Retrieved from Lifewire Web site: <https://www.lifewire.com/what-is-streaming-music-2438445>
- Hamdani, M.Y., dan Mawardi, M.K. 2018. *Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.60, No.1, Juli 2018.
- Helianthusonfri, J., dan Java Creativity. 2012. *Buku Pintar Facebook dan Twitter Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Helianthusonfri, J. 2016. *YouTube Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.

- Kusumah, A. R. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kompetensi Tenaga Penjual, dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Ulang*.
- Lee, & Wan. (2010). Customer Perceptions of E-Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail and Distribution Management*.
- Loanata, T., & Tileng, K. G. (2016). Pengaruh Trust dan Perceived Risk pada Intention To Use Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Situs E-Commerce Traveloka). *JUISI Jurnal Informatika Dan Sistem Informasi*, 02(2460–1306), 10.
- Nugraha, I. A. (2017). *Informativeness, Entertainment dan Credibility sebagai Pendorong Attitude Toward The Advertising, serta Implikasinya terhadap Intention to Use : Studi pada Konteks Online Video Advertising*.
- Nurlela, T.S., dan Wilujeng, S.SP. 2013. *Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. X. Bandung: Universitas Widyatama*.
- Ryan, D., & Jones, C. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. *PALGRAVE MACMILLAN*, 384-387.
- Sekaran, U. (2000). *Research Methods for Business A Skill- Building Approach*. Wiley .
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 4Th Ed*. Wiley India Pvt. Limited.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach*. Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons.
- Sohail, K., & Zernigah, K. I. (2015). Consumer's Attitude Towards Viral Marketing in Pakistan. *Management & Marketing CHallenges for the Knowledge Society*, 645-662.
- Sugiarto, E. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Diandra Kreatif.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Surniandari, Artika. 2017. *Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Sariz*. Jurnal Widya Cipta, Vol.1, No.1, Maret 2017.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Tricahyono, D., Utami, L. W., & Safitri, W. (2019). The Impact of Viral Marketing on Consumers's intention to use (Case study: Spotify Indonesia). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 65.
- Turban. 2018. *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Switzerland: Springer.
- Wei, S. L. (2014). The Attitude of Consumeres towards Viral Marketin in Malaysia. *Doctoral Dissertation*.
- Wilson, K.J. 2000. *Managing the Industrial Salesforce of the 1990s*. Journal of Marketing Management.
- Rivaldo, G. (2016). Analisis Pengaruh Informativeness, Credibility, Entertainment, dan Irritation Terhadap Advertising Value Serta Implikasinya Terhadap Purchase Intention (Telaah Pada Iklan Gillette Mach 3 di Youtube). *ULTIMA Management*, 8(2), 13–31. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v8i2.590>
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Surniandari, Artika. 2017. *Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Sariz*. Jurnal Widya Cipta, Vol.1, No.1, Maret 2017.