

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya. Departemen Agama Republik Indonesia. 2017.
- APJII*. Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: www.apjii.or.id. (2020, Juni 8).
- Ananda Silvia. *Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Berbasis Aplikasi (pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara)*. Skripsi. Sumatra Utara (ID): Universitas Sumatra Utara.2019
- Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 2012.
- Azwar, S. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.2012.
- Dobele, A., Teleman, D., & Beverland, M. E-Talking : *Viral Marketing To Spread Brand Message*. *Research Gate*, 1(1), 1-20. 2014.
- Gunelius, Susan. *30 Minute Social Media Marketing*. United States : McGraw-Hill Companies. 2011
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2011.
- Hasan, A. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama. 2011.
- Kotler, Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.2012.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management 14*. New Jersey: Pearson Education.2012
- Kotler, dan K. L. Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1, Erlangga, Jakarta. Kotler, dan K. L. Keller *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1, Erlangga, Jakarta. 2010.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. *User Of The World, Unite! The Challenges nd Opportunities Of Social Media*. *Elsevier*, 53 (1), 59-69. 2011
- Kertajaya, Hermawan dan Syakir Sula, Muhammad. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka, 2006.

- Lawrence Mpele Lekhanya. *The Impact Of Viral Marketing On Corporate Brand Reputation. International Business & Economics Research Journal March/April 2014*. Volume 13, Number 2. 2014.
- Lita, R.P. Pengaruh Kepercayaan Pada Komitmen Loyalitas Pelanggan. *Trikonomika*, 1(1), 1-15. 2010.
- Muhammad Yusuf Hamdani dan M. Kholid Mawardi. Pengaruh *Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 06 No. 1 Juli. 2018.
- Millatina Urfana, dan B. Karina Fawzea Sembiring. Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 68-78. 2013.
- M. Yusuf Hamdani dan M. Kholid Mawardani. Pengaruh *viral marketing terhadap kepercayaan konsumen serta dampaknya terhadap keputusan pembelian Melakukan Pembelian Online melalui Media Sosial Instagram. Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 06 No 1 Juli. 2018.
- Nur Lailli Hidayati. Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Volume 06 Nomor 03. 2018.
- Natasya Putri Andini, Suharyono dan Sunarti. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram. e-Proceeding of Management*. Vol.3, No.2 Agustus. 2016
- Novia Ristania dan Jerry S. Justianto. *Analisa Pengaruh Harga, Promosi Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop SNexian. Journal of Business Strategy and Execution*. 5(2),131-161. 2013.
- Penia Anggraeni dan Putu Nina Madiawati. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Traveloka Website. e-Proceeding of Management*. Vol. 3, No 2 Agustus. 2016.

- Putro Bagus Sulistyو dan Ari Subagio. *Analisis Pengaruh Viral Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Keputusan Pembelian pada Twitter @Jemberbanget*. Artikel Ilmiah Mahasiswa. 2015
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung. 2014.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2012.
- Seyed Fathollah Amiri Aghdaie, Ali Sanayei, Mehdi Etebari. *Evaluation of the Consumers Trust Effect on Viral Marketing Acceptance Based on the Technology Acceptance Model*. *International Journal of Marketing Studies*. Vol. 4, No. 6. 2012
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta. 2011.
- Suliyanto. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. ANDI. Yogyakarta. 2011.
- Santoso. *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Kumputido.2010.
- Shobahussurus. *Proses Pengambilan Keputusan Dalam Perspektif Ibnu Taimiyyah*. *Jurnal TSAQFAH*. Vol. 6, No. 1, April. 2010.
- Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK. 2010
- Widiyanto Bangun Prasetyo. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 2 No 03. 2013.
- Wigati Sri. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Maliyah*. Vol 1 No. 1, Juni. 2011.
- Yin, Yee and T.M. Faziharudean. *Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia*. *Journal of Electronic Banking Systems Faculty of Business and Accountancy*. Universitas of Malaya. 2010.

Website

<https://zulkiflihasan.files.wordpress.com/2008/06/riyadhushshalihinindonesiaedition.pdf>

Diakses Pada Tanggal 10 Juli 2020