

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng Syarifa Al Kaunaini, D., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Indomilk Di Sidoarjo Studi Pada Konsumen Susu Indomilk Di Kecamatan Waru, Pengaru. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 4).
- Ajjah, J. H., & Selvi, E. (2021). *Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa*. 13(2), 232–236.
- Algista, C., Pratama, Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah Melalui *Brand Awareness* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). In *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Vol. 11, Issue 1).
- Amin Nur Fadilah, Garancang Sabaruddin, & Abunawas Kamaluddin. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1).
- Aninda Nurul Hasanah, & Olivia Barcelona Nasution. (2023). *The Effect of Electronic Word Of Mouth, Viral Marketing, Halal Certification, and Brand Image on Purchase Decisions of Mixue Ice Cream & Tea*. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, 2(4), 425–438.
- Anindya Putri, A., Rizan, M., & Febrilia, I. (2022). *Impact Of Social Media Marketing And E-Wom On Purchase Decisions Through Purchase Intention: Study On Ready-To-Eat Food*. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 5(2).
- Anwar Syaiful, & Mujito. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(1), 189–202.

- Arianty Nel, & Andira Ari. (2021). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian*. 4(1).
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. In *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora* (Vol. 2021).
- Bisnis, J. A., Mandagi, V. A. L., Kalangi, J. A. F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., Bisnis, A., & Administrasi, J. I. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. In *Tahun* (Vol. 6, Issue 4).
- Eka, D., Khoirunnisa, V., Dini Wilanda, S., Nurliana, S., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Tokopedia. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(2), 53–65.
- Erni Yunaida. (2017). *Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa* (Vol. 6, Issue 2).
- Fajriyah, A., Nandang, :, & Karnowati, B. (2022). *Pengaruh Viral Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap*.
- Handerson, D. G., & Hartono, S. (2023). *The Impact of Brand Image, Viral Marketing, and Consumer Trust on Purchase Decisions on Good Day RTD Products. The International Journal of Business Management and Technology*, 7(2).
- Hatta, M. (2020). Pengaruh *Viral marketing* Dan *Word Of Mouth* Terhadap *Brand Image Aisan games 2018*. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 8(2).

- Hermanto, B., Yusman, M., Ilmu Komputer FMIPA Universitas Lampung
Jalan Sumantri Brojonegoro No, J., & Lampung, B. (2019). Sistem
Informasi Manajemen Keuangan Pada Pt. Hulu Balang Mandiri
Menggunakan Framework Laravel (Vol. 7, Issue 1).
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2016). Analisis Faktor *Electronic Word Of
Mouth (Ewom)* Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung
Wisatawan *Tourism And Hospitality Essentials* Analisis Faktor
Electronic Word Of Mouth (Ewom) Dalam Mempengaruhi Keputusan
Berkunjung Wisatawan. In *The Journal: Vol. VI* (Issue 2).
- Ika Nuruni, & Ardan Sinan. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Viral
Marketing* Terhadap Minat Beli. *Journal of Management & Business*,
6(1).
- Irawan, A., & Misbach, I. (2020). Pengaruh *Viral Marketing* Dan *Endorser*
Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Awareness* Sebagai
Variabel *Intervening*. *Management and Business Review*, 4(2).
- Jihan Nur Rahmiilah Ayu. (2019). Efektifitas *Viral Marketing* Dalam
Meningkatkan Niat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital.
Jurnal Manajemen Dan Inovasi, 2(1).
- Joesyiana, K., Sekretari, A., Manajemen, D., & Bunda, P. (2018). Pengaruh
Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media
Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester
VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan Universitas Islam Riau). 4(1).
- Kartika Sari, R., & Komunikasi dan Bahasa, F. (2019). *Viral Marketing :
Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran
Viral Marketing : Harness The Power Of Social Media In Marketing
Communication*.

- Liyono Arie. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *e-wom* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada PT. Ancaran Kasih Abadi. *JUBIS*, 3(1).
- Luthfi Ali Akbar, Ugy Soebiantoro, & Egan Evanzha Yudha Amriel. (2023). *The Effect of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Price Perception on Purchase Decisions of Mixue Products in the City of Surabaya. International Journal of Economics (IJEC)*, 2(2), 244–250.
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (*Literature Review Manajemen Pemasaran*). 3(4).
- Maryati, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko *Online Time Universe Studio. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).
- Mukti, A., Tinggi, S., Bima, I. E., & Aprianti, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee (Vol. 10, Issue 1).
- Nabila el-Haq Syauqi, & Nurtjahjani Fullchis. (2023). Pengaruh *Viral Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc Di Tiktok Shop. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1).
- Najwah, J., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh *Viral Marketing*, *Online Consumer Reviews*, Harga, Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Di Tokopedia.
- Nuraiha. (2020). Pelaksanaan Metode Pengajaran Variatif Pada Pembelajaran Al Quran MAN 1 Tanjung jabung timur Kabupaten tanjab timur. In *Jurnal Literasiologi Nuraiha* (Vol. 40, Issue 1).
- Poluan Jane. G, & Karuntu Marelyn M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Minat Beli Sapi Potong Selama Masa

Pandemi COVID-19 Di Pasar Beriman Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Emba*, 10(1), 1075–1088.

Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2020). Pengaruh *Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia* (Vol. 2, Issue 2).

Rahayu, C. P., & Witjaksono, B. (2023). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic word of mouth Terhadap Purchase decision Melalui Brand Awareness Pada Produk Kopi Kenangan*. 5(2), 88–105.

Rahmawati Ita, Imamatus, & Nur Hidayah Nisma. (2021). Analisis *Experiential Marketing, Perceived Quality Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Good Day Cappucino*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3).

Rianto Ady Putra Yulius. (2018). Pengaruh *Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Merek Anywaypada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.

Riyanika, C. D. D., Juliati, R., & Roz, K. (2022). *The Effect of Brand Image and Product Quality on Purchase Decision of Starbucks Coffee in Malang City*. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(01), 1–11.

Rizky, B., Rachmalika, A., Kumadji, S., & Kholid Mawardi, M. (2015). ³analisis Faktor-Faktor Pembentuk *Electronic Word-Of-Mouth Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Hakata Ikkousha Jakarta*. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 25, Issue 1).

Rosmayanti Melan. (2023). Pengaruh *Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Mixue*. *Journal on Education*, 05(03).

- Sanaky Musrifah Mardiani, Saleh La Moh., & D.Titaley Henriette. (2021). Analisis Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama. *Jurnal Simetrik*, 11(1).
- Sari, N., Saputra, M., Husein, J., & Id, M. C. (2017). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online Bukalapak.Com*. In *Jurnal Manajemen Magister* (Vol. 03, Issue 01).
- Sholeh Arwani, A. (2022). Pengaruh *E-Wom*, Kualitas Konten Terhadap *Subscription Decision* Melalui *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening (Studi Layanan Streaming Genflix pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). In *Diponegoro Journal Of Management* (Vol. 11, Issue 1).
- Sumarsid, S., Atik, D., & Paryanti, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Vol. 12, Issue 1).
- Syahrazad, I. F., & Hanifa, F. H. (2019). *The Influence Of Brand Image On The Decision Of Purchasing The Body Shop Products (Case Study Of Telkom University's Students) In 2018*.
- Syamsurizal, S. E. (2020). Pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Brand*, 2(2).
- Syamsya, S. Q. N., & Purwanto, S. (2023). *The Effect of Viral Marketing and Online Customer Reviews on Instagram on Purchase Decisions for Mixue Ice Cream in Surabaya. Journal of Business and Management Review*, 4(9).
- Vanny Maruli Tua, G., & Ira Meike Andariyani, dan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. 1(4).

- Wintang, F. P., & Pasharibu, Y. (2021). *Electronic Word of Mouth*, Promosi Melalui Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 115–124.
- Yonita, T., & Budiono, H. (2020). *Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta*.
- Yuningsih L esra, Siboro Purba, & Teja Yokanan Raden. (2023). Pengaruh *Promotion, Store Atmosphere Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction* Dimediasi Oleh *Purchase Decision*. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 152–162.
- Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., Syafitri, R., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis, D. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*.