

DAFTAR PUSTAKA

- Albert , K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- A.A Ngurah , N. E., Zainul , A., & Inggang, N. P. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI (Survei pada Pembeli di Gerai Starbuck di Kota Suarabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Agus Pamungkas R.P, T. U. (2020). *STRATEGI KUALITAS PELAYANAN BONGKAR MUAT PETIKEMAS EMPTY DI DEPO ARMACO SEMARANG* . Semarang: Prosiding NSMIS 2.
- Ajat , R. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Alfil, G. (2018). Pengaruh Viral Marketing terhadap Brand Awareness dan Kepercayaan Komsumen serta Dampaknya terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Traspotasi GO-JEK di Banjarmasin. *jurnalilmu manajemen indonesia*, 1-13.
- Anik , A., & Rochmad, D. F. (2020). ANALISIS TERHADAP FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN WARDAH COSMETICS . *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 143-154.
- Apsari , K. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Transportasi Online NGuberJEK. *JURNAL KOMUNIKASI DAN KAJIAN MEDIA*, 69-84.
- Aris , S. B., Hartono, & Nur , R. F. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan (Studi Kasus Pengguna Shopee Mahasiswa Program Sarjana Institut Stiami Jakarta Pusat Tahun Angkatan 2015-2018). *Mahasiswa Administrasi Bisnis* , 1-6.
- Arjunita, I. J. (2021). PENGARUH VIRAL MARKETING, STORE ATMOSPHERE, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI TUYA MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 437 - 446.
- Astri , B. R., Bonaraja , P., Andriasan , S., Syafrida , S. H., Risma , M. N., Iskandar , K., . . . Hasyim . (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan kita menulis .

- Caroline , V., & Rudolf , T. L. (2017). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Minat Beli Konsumen Pond's Yang Dimediasi Oleh Brand Equity (Studi Kasus: Konsumen Produk Pond's Di Central Park Mall, Jakarta). *JURNAL MANAJEMEN BISNIS*.
- Cintya , D., & Wahyono. (2015). Pengaruh kualitas produk, brand image terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Management analysis journal*, 4(3).
- Cynthia, A., Tumbel, A., & Djurwati, S. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ORIFLAME DI MANADO. *EMBA*, 131-140.
- Dadan, S., & Euphrasia , S. S. (2019). DAMPAK AKUNTABILITAS, TRANSPARANSI DAN PROFESIONALISME PAEDAGOGIK TERHADAP KINERJA GURU DI SMKN 21 JAKARTA. *JURNAL NUSAMBA*, VOL.4 NO.1.
- Dian , S. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PRODUK BUSANA MUSLIM QUEENOVA. *Visi Komunikasi*, 71-90.
- Didin, F., & Anang, F. (2019). *PEMASARAN JASA (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Yogyakarta: Grup Penerbit CV BUDI UTAMA.
- Dyah , K., & Saifudin. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI SECARA ONLINE SAAT PANDEMI COVID-19 PADA MASYARAKAT MILLENIA DI JAWA TENGAH. *JAB (Jurnal Akuntansi & Bisnis)*, 6(01).
- Eka , Y., Herani , P., & Vicky , F. (2021). Peran Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Melalui Media Promosi Akun Instagram. *Jurnal Imiah Psikologi*, 839-849.
- Fitria Halim, A. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. yayasan kita menulis.
- Fransisca , M. P. (2013). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2).
- Furqon, M. A. (2020). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 79-90.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendra, G., Suhartono, & Martinus, E. S. (2017). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PRODUKTIVITAS BONGKAR*

MUAT KONTAINER DI DERMAGA BERLIAN SURABAYA (STUDI KASUS PT. PELAYARAN MERATUS). Surabaya: Widya Teknik, 7(1), 79-89.

I Made , J. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Indah , H., & Adhita , D. M. (2018). Pengaruh Viral Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Camilan Khas Daerah Secara Online. *Buletin Bisnis & Manajemen*, Volume 04, No.02.

Innes , H., Hapzi , A., & Hadita . (2022). MODEL CITRA MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN BEARBRAND:HARGA DAN KUALITAS PRODUK. *jurnal ilmu manajemen terapan*, 331.

M. Anang , F. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.

M.Firmansyah, Masrun, & I Dewa, Y. K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 157.

Ma'ruf , A. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Yogyakarta: Aswaja Pressind.

Mandagi, V. A. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manad. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 54-61.

Nabilaturrahmah, A., & Salim, S. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image, dan e-WOM terhadap Minat Beli Produk Somethinc pada Followers Instagram @somethincofficial. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.

Pohan, M. &. (2021). PERJANJIAN PEMANFAATAN TENAGA KERJA BONGKAR MUAT BARANG (TKBM). *Jurnal Cahaya Keadilan* 9.1, 15-30.

Renaldi , P., Supardi, & Litra , D. (2021). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA NMAX DI MAHKOTA MOTOR BANGKINANG KOTA. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*.

Rifqi , A. A. (2021). PENGARUH COMMUNICATION MARKETING DAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA VIRAL MARKETING (Studi Kasus Clothing Brand Cluve Limited Gresik). *Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik*.

- Sari, D. C. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sartika, D. S. (2011). STRATEGI VIRAL MARKETING IM3 INDOSAT DALAM MENARIK PELANGGAN KAWULA MUDA DI MAKASSAR
Viral Marketing Strategy of Indosat 1M3 to Attract. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 457-469.
- sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, Wahyu, W., & Ginanjar, I. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* , Vol. 4 No.1.
- Suwartini, & Sumiyati. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: Gramedia Widiasarana indonesia.
- Trias, A. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NADYASFASHOP MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN CUSTOMER DI SAMARINDA. *eJournal Ilmu Komunikas*, 13-23.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51 No. 1 .
- Wiyono, B. (2020). PRODUK-PRODUK JASA PENDIDIKAN. *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 36.
- Yayat , R. (2017). *KUALITAS PELAYANAN PUBLIK BIDANG ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN DI KECAMATAN PASIRJAMBU*. BANDUNG.
- Yenty, B., & Sinta , P. (2020). Komunikasi Pemasaran Viral Marketing (Studi Kasus Kopi Kwang Koan). *prologia*, 141-146.
- Bahankain.com (2019, 14 Febuary). Sejarah Perkembangan Fashion Di Dunia, diakses dari [https:// www.bahankain.com/2019/02/14/sejarah-perkembangan-fashion-di-dunia-6664](https://www.bahankain.com/2019/02/14/sejarah-perkembangan-fashion-di-dunia-6664)
- Kompas.com (2022, 17 Febuary). Ini tren fashion di 2022 yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, diakses pada tanggal 09dari <https://www.kompas.com/parapuan/read/533146918/ini-tren-fashion-di-2022-yang-dipengaruhi-oleh-perkembangan-teknologi>

