

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Edisi 1). Yogyakarta: ANDI.
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITA: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 118–138.
- Aisah, N., & Permana, B. (2023). Pengaruh *Viral Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3).
- Ammalia, N. R., & Supriyono, S. (2022). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 4(2), 1018–1028.
- Anisa, T. N., Winarno, S. T., & Atasa, D. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Frozen Seafood “AHAA!” ICS Food di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1), 59–71.
- Anwar, A. S., & Siswanto, D. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pendekatan Partial Least Square Sem Smartpls. *KarismaPro*, 11(2), 58–73.
- Ayu, J. N. R. (2019). Efektifitas *Viral Marketing* Dalam Meningkatkan Niat dan Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 2(1).
- Budiono, A., & Yuliana, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan promosi terhadap Keputusan Pembelian di Pizza Hut Delivery Arundiana Cibubur. *Panorama Nusantara*, 16(2), 16–27.
- Calvary, T., & Syahrinullah, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Merek “NIKE” di kota Jepara. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(9), 151–160.
- Fadhillh, K. N., & Sugiyono, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(7).
- Fajriyah, A., & Karnowati, N. B. (2023). Pengaruh *Viral Marketing*, Electronic Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap. *In Prosiding University Research Colloquium*, 98–112.

- Fardiman, M. (2020). Pengaruh Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Mbak Ida Jl. Datuk di Banta Kota Bima. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(2), 154–162.
- Fauziyah, Y., Sumantyo, F. D., & Ali Hapzi. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hajjar, S., & Afrizoni, H. (2023). Pengaruh Marketing Mix dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Paberta Jaya Padang. *Matua Jurnal*, 5(1), 63–75.
- Hendriyani, I. G. A. D. (2023). *Siaran Pers: Kemenparekraf Kenalkan Kuliner Khas Indonesia pada Para Pemuda Australia Peserta AIYEP*. Kemenparekraf.Go.Id.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing* (19th edition). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing Management Sixteenth* (16th edition). United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kurniawan, F., Komariah, K., & Danial, R. D. M. (2022). Analisis Online Consumer Review Dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4), 1888–1893.
- Kurnia, T., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh *Viral Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass Melalui Media Sosial Instagram. *EProceedings of Management*, 7(3).
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). Pengaruh *Viral Marketing*, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).

- Pratama, C. A. 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). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 56–69.
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1).
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, D. S. A., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Pembeli Aksesoris Handphone di Shopee). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* , 10(1), 1545–1553.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen* (Edisi 7). Jakarta: PT Indeks.
- Septutyningsih, E., & Setyaningrum, E. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Analisis*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sukma, T. (2024). *Perkuat Pasar Regional, Begini Strategi Ekspansi Richeese Factory*. Idxchannel.Com.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Trichayono, D., Utami, L. W., & Safitri, W. (2019). The Impact of *Viral Marketing* on Consumers' Intention to Use (Case study: Spotify Indonesia). In *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)*, 674–678.
- Winarso, W., Nursal, M. F., & Prasetyo, E. T. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil dan Menengah Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada Pedagang Bakso di Bekasi Utara). *Journal For Business And Entrepreneurship*, 2(1).