

DAFTAR PUSTAKA

- Aep Nurbani, dkk. (2019), Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan kepercayaan serta dampaknya pada loyalitas konsumen, (Jurnal Manajemen Kewirausahaan Vol. 16 No. 02 - Desember 2019 Submit: 30 Nov 2019)
- Amin, Kuncoro Y. Sutomo (2018) *Pricing Strategies and Implementation Promotion Strategies to Improve Customer Loyalty (Jurnal Dinamika Manajemen, 9 (1) 2018, 89-99)*
- Agnes Prawitasari (2020) Pengaruh viral marketing, harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk melalui situs belanja online shopee studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya) (Journal of Economic Bussines Erepository.uwks, maret 2020)
- Ardhian, *et. al.* (2019), *The Role Of Price, Promotion, And Viral Marketing In Improving Swiwings Chicken's Customer Satisfaction (International journal of scientific & technology research volume 8, issue 08, august 2019)*
- Ashtiania, *et. al.* (2016), *Analyzing the effect of customer loyalty on viral marketing adoption based on theory of technology acceptance model (Journal Management Science Letters 6 (2016) 545– 556)*
- Banyu Bening (2019), Pengaruh content marketing pada Viral Marketing dan Costumer Engagement Pengguna Tokopedia Yogyakarta
- David Arthur, *et. al.* (2019) *Pricing strategies for viral marketing on Social Networks (Journals dblp computer science bibliography/corr/abs -0902-3485)*
- Daniel I Nyoman Renatha, *et. al.* (2019) Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan (e-jurnal manajemen, vol. 8, no. 11, 2019 : 6762-6781)
- Demizsa Astriani (2017) Pengaruh Viral Marketing terhadap keputusan pembelian pada caffe Ngorea Bistro (Prosiding manajemen, ISSN:2460 6545, volume 3 no 1, 2017)
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2012), Manajemen Pemasaran dialih bahasakan oleh Bob Sabran, Ed 13. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong (2012), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid Jakarta: Erlangga.
- Khafidatul Ilmiah, Indra Krishernawan. (2020), Pengaruh ulasan produk, kemudahan, kepercayaan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee di Mojokerto (Jurnal Manajemen Program Studi Manajemen STIE SULTAN AGUNG Volume 6– Nomor 1, Juni 2020, Hlm 31-42)
- Khafidatul ilmiah, Indra Krishernawan, (2020) Motivasi berbelanja di marketplace shopee (Damarwiyata Press , ISBN : 978-623-93123-4-3, Edisi ke-1, Cetakan ke-1, 2020)
- Laudon, K, & J.P. Laudon. (2012), *Management Information System: Managing the Digital Firm Twelfth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ledy Diana, dkk. (2020) Pengaruh Kualitas Website, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Masyarakat Bumiayu Kota Malang) (e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma)
- Made Muliajaya , dkk. (2019) Pengaruh viral marketing dan harga terhadap keputusan pembelian melalui media sosial Instagram pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi universitas pendidikan Ganesha (Jurnal Pendidikan Ekonomi e-ISSN : 2599 – 1426 Volume 11 No. 2 Tahun 2019)
- Mia Suryani, Djumali (2020). Viral marketing, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan online NINNA Hijab di situs Shopee (Jurnal Seminar Nasional UNIBA Surakarta 2020, ISBN: 978-979-1230-65)
- Natasya Putri Andini, Suharyono Sunarti (2014) Pengaruh viral marketing terhadap kepercayaan pelanggan dan keputusan pembelian (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 11 No. 1 Juni 2014)
- Neri Agesti, dkk. (2021). The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace Shopee in Surabaya City (2021 International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding)
- Nur Laely (2016), Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri (Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen September 2016, Vol. 3 No.2. hal. 61 – 74)

- Nur Laili Hidayati (2018) Pengaruh viral marketing, online consumer reviews dan harga terhadap keputusan pembelian shopee di Surabaya (Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 6, No 2, 2018)
- N.P.S. Supertini, dkk. (2020), Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pusaka kebaya di singaraja (Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol 2 No. 1, Juli 2020 P-ISSN: 2685-5526)
- Philip Kotler, Gary Armstrong (2014), *Principle of Marketing, 15th Edition, 2014. New Jersey: Pearson Prentice Hall.*
- Philip Kotler (2016), *Marketing Management, 15th Edition. New Jersey: Pearson InternasionalEdition.*
- Rika Wahyuni (2019), Pengaruh harga, promosi, dan viral marketing terhadap keputusan membeli pada toko online “nunu collection” melalui facebook (Jurnal ekonomia Vol 8, No 2 , 2019)
- Ristania, N. & Justianto, J.S (2013) Analisa Pengaruh Harga, Promosi Dan Viral marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop S-Nexian Melalui Facebook (Journal of Business Strategy and Execution,5(2),131-161)
- Suharto, Ligery, et.al, (2020), *viral marketing, e-wom and customer loyalty (International Journal of Management (IJM) Volume 11, Issue 8, August 2020, pp. 616-625,)*
- Sanjit Kumar Roy, Gul Butaney, & Bhupin Butaney (2014), *Word-of-mouth and viral marketing activity of the on-line consumer: the role of loyalty chain stages theory (Journal of Strategic Marketing Volume 22, 2014 - Issue 6)*
- Salman Farisi Qahfi Romula Siregar (2020) Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan (Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen homepage: Vol 3, No. 1, Maret 2020, 148-159 ISSN 2623-2634)*
- Sandriana Marina, et. al (2016) Customer loyalty as the implications of price fairness determined by relationship marketing and service quality of airline services (Journal South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law, Vol. 11, Issue 2 (Dec.) ISSN 2289-1560)*
- Stephen Robbins, Mary Coulter (2017), *Management fourteenth edition 14e*

- Sembiring, *et. al.* (2019). *The Effect Of Viral Marketing And Customer Trust on Online Shop Purchase Decisions Based on Application in Faculty of Economic And Business Universitas Sumatera Utara. Jurnal Faculty Economic and business, Universitas Sumatera Utara Indonesia. (Jurnal Ilmu Manajemen Vol.4 No.2 08-18.)*
- Susilowati, dkk. (2019). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 66 No.1 01 19.)
- Soni Suntani Sentiana (2018) Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Jurnal Widya Cipta, Volume 2 No. 2 September 2018 P-ISSN 2550-0805 E-ISSN 2550-0791)
- Tara Nurmillatina (2018), Pengaruh lokasi, Kualitas pelayanan, dan Suasana toko terhadap Loyalitas pelanggan di Infinito Culinary Bandung.
- Tiara Sofyani (2018), Pengaruh Kualitas produk, Harga, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen situs jual beli online Lazada Indonesia (Survei pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas pasundan bandung)
- Woerdl, M, *et. al.* (2018) *Internet-Induced Marketing Techniques: Critical Factors in Viral Marketing Campaigns (Journal of Business Science and Applied Management, 3 (1). pp. 35-45. ISSN 1753-0296)*
- Yayang Gustiana (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan dampaknya pada Loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan bandung printing).
- Zhong X, *et. al.* (2018) *A dynamic discount pricing strategy for viral marketing. (Journal PLoS ONE 13(12): e0208738 December 28, 2018)*