

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, P. N. R., Basalamah, M. R., & Millaningtyas, R. (2021). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Islam Malang)*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 10(16).
- Amrullah, M. F. (2021). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, dan Elektronik Word of Mouth terhadap Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee di Indonesia*. ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship), 2(1), 1-5.
- Arikunto, S. (2010). Metode penelitian. Jakarta: Rineka Cipta, 173.
- Azwar, Saifuddin, 2007, Metode Penelitian, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Camarero, C., & San José, R. (2011). Social and attitudinal determinants of viral marketing dynamics. Computers in Human Behavior, 27(6), 2292-2300.
- Dharmmesta, B. S. (1998). Teknologi informasi dalam pemasaran: implikasi dalam pendidikan pemasaran. Journal of Indonesian Economy and Business, 13(3).
- Dheany, Arumsari. (2012). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro: Semarang
- DinaskerperinkopumkmKudus (2022) Daftar UMKM di Kecamatan Kota Kudus, Dinaskerperinkopumkm. Kudus
- Dimyanti, J. (2013). Metodologienelitian dan Aplikasi pada Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD).
- Glennardo, Y. (2018). *"Viral Marketing Sebagai Media Pemasaran Sosial Dalam Mendongkrak Kesadaran Masyarakat Untuk Berperan Aktif Dan Bergabung Dengan Organisasi Non Profit/Nirlaba."*. Journal of Management Studies. Vol.10.
- Ghozali, I. (2016). Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya.
- Hijabbyaida (2022) Laporan Penjualan Hijabbyaida, Laporan Hijabbyaida .Kudus.
- Howard, J.A., Shay, R.P. (1988) *Measuring The effect of Marketing Information on Buying Intention*. The Journal of Service Marketing, Vol.2, No.4 Fall, P.27-36.
- Janitra, I. M. D. P., & Satria Pramudana, K. A. (2016). *Pengaruh Variabel Demografi dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Philips LED di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Karisma, N., & Hanifah, R. N. (2023). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Karawang*. J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains), 8(1), 608-617.

- Kerby, J. K. (2004). *Essentials of Marketing Management*. USA: South-Western Publishing Co.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi 12. Penerbit PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall, 181.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga, 97.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Koubaa, Y. (2008). *Country of Origin, Brand Image Perception, and Brand Image Structure*, Asia Pacific Journal of Marketing And Logistics. Vol. 20, No.2, pp. 139-155.
- Kurniady, D. A., & Linda Setiawati, S. N. Aedi, N. (2010). *Instrumen Penelitian Dan Pengumpulan Data*. bahan Belajar Mandiri Metode penelitian Pendidikan. Ahmed. (2012). *Strategic Quality Management in the Arab Higher Education Institutes: A Descriptive & Analytical Study*. *International Journal of Business and Social Science*, 3 (24). Jurnal IAIN, 59, 75.
- Liyono, A. (2022). *Pengaruh Brand Image, Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi*. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 3(1), 73-91.
- Marisa, O. (2020). *Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology*. Jurnal Administrasi Kantor, 8(2), 139-152.
- MC Cutcheon, P. (2009). *Abandonment of bird program divides wildlife experts*.
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). *Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(3).
- Nizar, Muhammad, 2018, *Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tukur*, IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam, 7(1), 51–69
- Nur, K., & Rahmidani, R. (2020). *Pengaruh celebrity endorser dan iklan vidio terhadap brand image produk pembersih wajah Garnier pada mahasiswi Universitas Negeri Padang*. Jurnal Ecogen, 3(2), 319-331.
- Peter, P. dan Olson, J. 1999. *Manajemen Kualitas*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Padmesh, T. V. N., Vijayaraghavan, K., Sekaran, G., & Velan, M. (2006). *Biosorption of Acid Blue 15 using fresh water macroalga Azolla filiculoides: Batch and column studies*. *Dyes and Pigments*, 71(2), 77-82.

- Rangkuti, F. 2004. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rokiah, S., Elindra, R., & Lubis, R. (2020). *Efektivitas Penggunaan Model Pembelajaran Reciprocal Teaching Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa Di MTs. AL-Mukhtariyah Sungai Dua Portibi*. JURNAL MathEdu (Mathematic Education Journal), 3(2), 35-42.
- Rosidah, C. (2011). *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna ATM Pasca Isu Cybercrime (Studi pada Nasabah BCA di Surabaya)*. Jurnal Business and Economics. 21 Mei 2011.
- Risanty, R. D., & Sopiyan, A. (2017). *Pembuatan Aplikasi Kuesioner Evaluasi Belajar Mengajar Menggunakan Bot Telegram Pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta (Ft-Umj) Dengan Metode Polling*. Prosiding Semnastek.
- Schiffman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Indeks. Jakarta.
- Shimp, Terence A. 2002. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga
- Simamora, J. (2004). *Faktor yang Mempengaruhi Ketidakteraturan Berobat Penderita Tb Paru Puskesmas Kota Binjai Tahun 2004* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Sukma, K. A. D. S. K., Nurcahya, I. K., & Suryani, A. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Swastha, B., & Irawan, F. (1990). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). *Pengaruh celebrity endorser, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett Whitening (studi kasus pengguna Scarlett Whitening)*. Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), 5(2), 1148-1160.
- Wiludjeng SP, S., & Nurlela, T. S. (2013). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT" X"*.
- Winarno, M. E. (2013). *Metodologi penelitian dalam pendidikan jasmani*. Um press.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). *Pengaruh brand image, daya tarik iklan, dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian MS Glow (Studi kasus pada pelanggan MS Glow Kota Semarang)*. In Prosiding Seminar Nasional UNIMUS (Vol. 5).