

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, F. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna Instagram Kota Malang*. 09, 303–311.
- Ardiansyah, F. A. (2023). *Pengaruh Viral Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Pembelian Kopi Kenangan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*.
- Ardiansyah, M. (2018). Pengaruh Harga Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Margo City Depok. *Current Neurology And Neuroscience Reports*, 1(1), Iii–Vii.
- Arfandi, M. W., & Arif, M. E. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(2), 270–276.
- Arya Pering, I. M. A. (2020). Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Smart-Pls 3.0. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 3(2), 28–48. <https://doi.org/10.47532/jis.V3i2.177>
- Azizah, R. N., & Hartono, B. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Minat Pembelian Ulang Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kedai Kopi Oasis). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 341–349. <https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V2i5.227>
- Azzah Aqilah, P., A. K. R., & Siregar, M. E. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Oleh Citra Merek: Studi Pada Konsumen Produk Fashion Di Dki Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan Volume 3 No. 3 (2022) Pengaruh*, 3(8.5.2017), 2003–2005.
- Cahyo, A. A. D. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aerostreet (Studi Empiris Pada Followers Akun Instagram @Aerostreet)*. 5, 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/Nbk558907/>
- Darmawan, T. L. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pada Toko Sneakers Sportzone Skripsi. *Jurnal Berkala Epidemiologi*, 5(1), 90–96. [Profil-Anak-Indonesia_-2019.Pdf%25](#)
- Dharma, B., Auliyani, M., & Manik, N. N. A. (2016). Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kota Medan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (Jekombis) Vol.1, No.4 November 2022 E-Issn: 2963-7643; P-Issn: 2963-8194, Hal 206-215 P*, 1(4), 1–23.
- Diawati, P., Putri, R. R., Sugesti, H., Hakim, L., & Farizki, R. (2021). Pengaruh

- Brand Ambassador Dan Viral Marketing Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Konsumen Marketplace. *Jppi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 560. <https://doi.org/10.29210/020211245>
- Dumatri, A. C. A., & Indarwati, T. A. (2021). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Pada Burger King Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 478. <https://doi.org/10.26740/Jim.V9n2.P478-488>
- Faeni, D. P., & Allpiah, R. N. (2024). *Literature Of Review Influence Word Of Mouth , Satisfaction And Brand Image Of Purchases Mandiri Jaya Frozen In Bekasi*. 2(1), 1293–1299.
- Faeni, D. P., Fitriani, I., & Hadita. (2022). *The Impact Of Viral Marketing On Purchase Intention Mediated By Consumer Behavior (Study On Tiktok User Of Management Students At Bhayangkara Jakarta Raya University)*. 4(2), 84–91.
- Faeni, D. P., & Munawar, F. Al. (2024). *The Influence Of Gen Z: Product Innovation On Marketing Strategies In The Bottled Mineral Water (Le Mineral) Industry*. 6(3).
- Faeni, D. P., & Raziq, M. F. (2024). *Impact Of Product Quality, Price Choices, And Digital Publicity On The Decisions To Buy Tomoro Coffe On Bekasi City*. 6(4), 2–6.
- Farzana, N. (2022). Pengaruh Kepuasan Viral Marketing Dan Kualitas Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Di Kabupaten Jombang. 2021, 12(2004), 6–25.
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser / Brand Ambassador , Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di (Studi Pada Konsumen Desstore Collection Serang Banten) Berkembangnya Ilmu Mudah Dari Beragam Tipe Akun Medi*. December. <https://doi.org/10.47080/Progress.V3i1.782>
- Fikri, M. H., & Sahdandi, S. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sepatu. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(1), 7–11.
- Hadita, H., & Azahra, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i2.351>
- Hadita, H., & Meistoh, S. (2022). Impact Of Hedonic Lifestyle Through Brand Image On Interest Of Gopay Users In Generation Z In Bekasi City. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*, 3(5), 703–712. <https://doi.org/10.31933/Dijdbm.V3i5.1340>
- Hadita, H., Meutia, K. I., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review*, 2(2), 75–87.

<https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>

- Hadita, H., Sari, J. E. O. R., & Komariah, N. S. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Kaliabang Tengah Bekasi Utara). *Jrime: Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2).
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian Lppm Umj*, 1(1), 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hendayana, Y., & Nabilawati, R. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Coffee Shop (Studi Kasus Di *Indonesian Journal Of ...*, 2(1). <https://journal.drafpublisher.com/index.php/ijesm/article/view/116%0ahttps://journal.drafpublisher.com/index.php/ijesm/article/download/116/87>
- Hendayana, Yayan, Puspasari, A., Fitriyani, N., & Nabilla, N. (2024). Peran Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Di Maraca Books And Coffee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(01), 95–101. <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i01.1139>
- Hendayana, Yayan, Ramadhan, T., & Wijayanti, M. (2023). The Influence Of Celebrity Endorser And Product Quality On Purchasing Decisions For Scarlett Products (Case Study Of Scarlett Product Customers In Cimahi City). *International Journal Of Integrative Sciences*, 2(7), 1119–1140. <https://doi.org/10.55927/ijis.v2i7.5211>
- Hendayana, Yayan, Riska, C. F., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Ulasan Konsumen, Kualitas Produk Dan Marketing Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2722–2739. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.896>
- Hermawan, E. (2019). Pengaruh Perubahan Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Fifgroup. *Jurnal Perspektif*, 17(1), 39–45. <https://doi.org/10.31294/jp.v17i1.5206>
- Iqbal, M. A., & Susanti, E. D. (2022). Pengaruh Communication Marketing Dan Brand Image Pada Viral Marketing Terhadap Minat Beli Pelanggan Brand Erigo Store Di Era New Normal. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1048. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.579>
- Irawan, A. (2019). Pengaruh Viral Marketing Dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Produk Smartphone Merek Oppo Di Kota Makassar). *Journal Of Wind Engineering And Industrial Aerodynamics*, 26(1), 1–4.
- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap

- Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.30737/Ekonika.V5i2.1097>
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). *Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam Di Kota Bogor)*. 8(2), 105–126.
- Komariah, N S, & Claudya, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 115–124.
- Komariah, Neng Siti, & Ayaumi, R. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181. <https://doi.org/10.31599/Jmu.V3i2.940>
- Komariah, Neng Siti, & Miladiyah, R. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Di H&M Summarecon Mall Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 19(1), 30–38. <https://doi.org/10.31599/Jiam.V19i1.2129>
- Komariah, Neng Siti, & Putra, R. F. (2022). *Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass*. 18(2), 163–171.
- Lusi Oky Rahmawati, Diah Santi Hariyani, I. A. F. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Kesadaran Merek, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Citra Merek Pada Erigo Di Indonesia. *Jurnal Pro Bisnis*, 15(2), 149–161.
- Martinus, A., & Pradiani, T. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Minat Beli Mobil Listrik Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening Di Area Kota Malang Jawa Timur Pendahuluan Menurut Simbolon Et Al., (2022) Fenomena Kendaraan Listrik Yang Semakin Berkembang Membuat Pemer*. 7(2).
- Meiliani, N., & Ferdinand, T. (2015). Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi Pada Calon Konsumen Honda Beat Pop Di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto). *Diponegoro Journal Of Management*, 5, 1–11. <http://ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Dbr>
- Oisina, I. V. (2022). Pengaruh Pesan Viral Marketing Digital Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Followers (Studi Eksplanatif Pada Akun Instagram @Lu'miere). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 277–289. <https://doi.org/10.35326/Medialog.V5i1.2296>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484.

<https://doi.org/10.31933/jimt.V2i4.459>

- Pangestu, P., Faturrohman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Iklan Instagram, Gaya Hidup, Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Selkom-C. *Bursa: Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 3(1), 5–14. <https://ejournal.yana.or.id/index.php/ekonomi>
- Paramytha, A., Firdiansjah, A., & Darsono, J. T. (2020). The Effect Of Non-Celebrity Endorsers And Viral Marketing On Purchase Decisions Through Brand Images Of Mytha Donuts Fruit Products In Malang. *International Journal Of Advance Study And Research Work*, 3(2), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3674697>
- Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., & ... (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu ...*, January. <https://doi.org/10.38035/jim.V1i4>
- Puteri, H. E. (2020). Menentukan Populasi Dan Sampel. *Riset Ekonomi Dan Perbankan Islam*, April, 2. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.28776.01285>
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.V7i2.793>
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (Pls-Sem) 2023. Cv. *Lentera Ilmu Madani*, Juli, 146.
- Rahmawati, Y. G., Suryaningsih, I. B., & Musmedi, D. P. (2023). Peran Citra Merek Sebagai Mediasi Pengaruh Celebrity Endorser Dan Viral Marketing Terhadap Motivasi Keputusan Pembelian Oreo X Blackpink. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(3), 192. <https://doi.org/10.19184/bisma.V17i3.42225>
- Ramadhanti, G. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. 14–43.
- Razak, M., Hidayat, M., & Rahman, M. H. (2021). Pengaruh Video Advertising Dan Sosial Media Konten Melalui Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Gofood Di Kota Makassar. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 18(1), 84–97. <https://doi.org/10.37476/Akmen.V18i1.1602>
- Samsudin, A., Hidayat, R., Manurung, Z. M., Ayu, A. W., Prameswari, M. A., & Restiatin, R. (2023). Pengaruh Brand Awareness Dan Desain Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Emas. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 626–631. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.V3i3.2847>
- Santoso, S. (2018). *Statistik Multivariat Dalam Riset* (Issue 15018). Elex Media Komputindo.
- Satria, B. (2021). *Pengaruh Viral Marketing Dalam Membangun Brand Trust Melalui Brand Awareness (Kasus Pada Pengguna E-Commerce Marketplace*

Di Tasikmalaya). 1–23.

- Sawaftah, D., & Awwad, R. I. A. (2020). The Relationship Between Viral Marketing And Consumer Purchase Intention, The Moderator Role Of Brand Image And Age: Evidence From Smartphone Users In North Cyprus. *Management Science Letters*, 10(6), 1307–1320. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2019.11.027>
- Setiawan, M., Wahib, M., Amris, A., & Karman, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Market Place Shopee. *El Mudhorib : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 60–78. <https://doi.org/10.53491/Elmudhorib.V3i1.439>
- Shinta, G. S. P. (2023). *Dampak Viral Marketing# Lifeatshopee Di Tiktok Terhadap Brand Awareness Dan Citra Merek Shopee*. <https://repository.uksw.edu/handle/123456789/30342>
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/Method Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/Method%20Penelitian%20Kualitatif%20Di%20Bidang%20Pendidikan.pdf)
- Silvia, N., & Trianita, M. (2023). *Pengaruh Viral Marketing , Online Costumer Review Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Followers Tiktok Azarine Cosmetic) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta*. 0–1.
- Subagyo, S., Ernestivita, G., Rukmini, M., & Limantara, A. D. (2021). *The Effect Of Promotion Through Social Media On Purchase Decision With Viral Marketing As An Intervening Variable*. October. <https://doi.org/10.4108/Eai.18-11-2020.2311670>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (P. 336). Alfabeta.
- Suma, E., Yusuf, S. A., & Umar, J. (2023). *Pengaruh Bentuk Kemasan , Desain Produk Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Kopi Yamira)*. 13(2), 111–115.
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen*, 6(1), 36–50. <https://doi.org/10.30656/Sm.V6i1.2097>
- Tanjung, A., Hermiyetti, & Paliyang, Z. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli (Study Kasus: Pembeli Mobil Wuling Conferto Di Bekasi) Analysis Of Factors Affecting Interest To Buy. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 260–269. <https://www.jurnal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms> (Diakses Pada : 03 April 2023)
- Tanuli, M. G. (2021). *Pengaruh Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Generasi Z*. September 2016, 1–6.

- Titissari Ailmi, & Lativa Hartiningtyas. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Promosi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Pia Ethes Trenggalek. *Peshum : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(5), 488–497. <https://doi.org/10.56799/Peshum.V1i5.572>
- Wardhana, A. (2020). Brand Image Dan Brand Awareness. *Brand Marketing: The Art Of Branding*, January.
- Wilinny, W., Halim, C., Sutarno, S., Nugroho, N., & Hutabarat, F. A. M. (2019). Analisis Komunikasi Di Pt. Asuransi Buana Independent Medan. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(1), 1–6.
- Wulandari, A. F., Andrian, A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Peran Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Ventela Pada Generasi Z Di Desa Tridaya Sakti. *Jurnal Economina*, 2(9), 2429–2438. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i9.825>
- Yosua Prawira. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan*. 12030204039, 71–76.
- Yupitasari, M. N., Aisyah, S., & Rizal, M. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Viral Marketing Dan Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Geoff Max (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Malang)*. 13–24.

