

## DAFTAR PUSTAKA

- Abedniya, Abed. Sahar Sabbaghi Mahmoudi (2010). *The Impact Of Social Networking Websites To Facilitate The Effectiveness Of Viral Marketing*. Malaysia.
- Ananda, Silvia. 2019. *Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Berbasis Aplikasi pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Anglesti, Sari Kondang Kaloka. 2016. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Kepercayaan Konsumen pada Instagram @MAKANANJEMBER*. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. 2017. *Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Bandung 2017*. Diperoleh tanggal 14 September 2019.
- Bao, Tong Tony .Tung Lung Steven Chang. (2016). *The Product And Timing Effects of e-WOM In Viral Marketing*. New York. U.S.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giffari, Risha Aisha (2018). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Fabrik Eatery & Bar Bandung ( Studi Terhadap Konsumen Fabrik Eatery & Bar Bandung )*. Bandung.
- Gunawan , Dedy Darsono. Kun-Huang. Huang (2015). *Viral Effects Of Social Network And Media On Consumer's Purchase Intention*. Taiwan.
- Hamed. (2017). *Investigating Effects of Viral Marketing On Consumer's Purchasing Decision (Case Study: The Student of the Administrative Sciences College Najran University)*. Saudia Arabia.
- Helm, S. 2000. *Viral Marketing-Establishing Customer Relationship by 'Word of Mouth'*. *Electronic. Markets*. 10 (3), pp. 158-161.
- Ho, J.Y.C & Dempsey, M. 2009. *Viral Marketing : Motivations to Forward Online Content*. *Journal of Business Research*, 63, 1000-1006
- Jatiwinoto, Julian (2018). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Membeli Melalui Kepercayaan Konsumen Swiwings Chicken*. Jember.

- Kaplan , A. M., & Haelein, M.(2011). *User of The World Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). 7th Edition: *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Management*, (16thEdition), New Jersey: Prentice Hall Published.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, (2012). *Marketing Management*. Edisi 14. Horizon. Edition.Pearson.
- Luna, Darel Nicol. Anak Agam. (2016). *The Impact Of Viral Marketing Through Instagram*. Malaysia.
- Natasya,Putri Andini. Suharyono,dan Sunarti. (2014). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)*. Malang.Universitas Brawijaya.
- Ni'mah,Fuji Nurohmatin Ulin. (2016). *Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Produk Bakmi Mewah di Kota Semarang )*. Semarang.
- Purba, R.S. (2016). *Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Telkom Univeristy Pada Tahun 2016)*. Bandung. Telkom University
- Ristania, N. (2013). *Analisa Pengaruh Harga,Promosi,dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop S-Nexian Melalui Facebook*. Jakarta. Universitas Bina Nusantara.
- Sarwono, J. (2012). *Path Analysis dengan SPSS*. Jakarta : PT Elex Media Komputido
- Skrob,J.R. (2005). *Open Source and Viral Marketing*. Vienna 1(1),2-30
- Sulistyo, Putro Bagus (2015). *Analisis Pengaruh Viral Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Twitter @Jember Banget*. Jember.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*.Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Development)*. Bandung: Alfabeta.

- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta : Center of Academic publishing Service
- Susilowati, Retno. Edriana. Aniesa. 2019. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen King Mango yang Merupakan Followers Akun Instagram @KingMangoSurabaya)*. Malang. Universitas brawijaya.
- Swanepoel, Celeste, Iye, A., & Rugimbana, R.. 2009. *Virally Inspired : A Review of The Theory of Viral Stealth Marketing*. Australian Marketing Journal , Volume 17, Iss.1.
- Wiludjeng, S. (2006). *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT "X"*. Bandung. Universitas Widyatama

<https://bandungkota.bps.go.id/statictable>, diakses 14 September 2019

<https://economy.okezone.com/read>, diakses 14 September 2019

<https://www.instagram.com/taichangoreng>, diakses 14 September 2019

<https://www.satetaichangoreng.com/about>, diakses 14 September 2019

<https://www.satetaichangoreng.com/location>, diakses 14 September 2019

<https://www.satetaichangoreng.com/logo>, diakses 14 September 2019

<https://www.satetaichangoreng.com/menu>, diakses 14 September 20

