

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. S., & Jaya, R. C. (2025). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Signature di Kota Bandung. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 308–317. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.1982>
- Aeni, N. (2020). Effect of Product Quality, Prices and Places on Purchase Decisions. *Journal of Research in Business, Economics, and Education*, 2(1), 391–398. <https://www.neliti.com/publications/322942/effect-of-product-quality-prices-and-places-on-purchase-decisions>
- Aji Wardoyo, S. (2023). *the Influence of Trust, Product Quality and Price Perception on Purchase Decisions Mediated By Purchase Intention*. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(10), 1010–1019. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i10.1770>
- Alfiqri, M. J., & Trisnawati. (2024). Pengaruh *Brand Awareness* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Mediasi *Viral Marketing* Pada Produk Mixue Di Pontianak. *OBIS Jurnal Ekonomi Dan Binsis*, 6(2), 44–60. <https://doi.org/10.63848/obis.v06n2.5>
- Anita Erianti Putri. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Traveloka Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial (JEIS)*, 3(2), 262–273.
- APJII. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2024*. <https://apjii.or.id>
- Ardena, Ayudia, A., Hidayat, Rachmad, Rahayu, Sri, Fitrianty, & Rifda. (2025). Pengaruh *Viral Marketing, Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Mie Gacoan Pamekasan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(6), 1301–1312.
- Armstrong G., K. P. (2023). Euromarketing: An introduction. In *European Perspectives in Marketing*. [https://doi.org/10.1300/J037v13n02\\_01](https://doi.org/10.1300/J037v13n02_01)
- BPS. (2023). *Statistik E-Commerce 2023*. <https://www.bps.go.id/id>
- Charles W. Lamb Joe F. Hair Carl McDaniel. (2021). *MKTG Principles of Marketing 13<sup>th</sup>*. Darmawati, Alhamda Putri, Z. (2024). Peran Platform Media Sosial Dalam Meningkatkan Keterlibatan Karyawan Generasi Z. *I(1)*, 1-16.
- David, F. R., & David, F. R. (2023). *Strategic Management A Competitive Advantage Approac*. In *NBER Working Papers* (Vol. 01). <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE., M. (2023). *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy*. <https://books.google.co.id/books?id>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace* Shopee. *87(1,2)*, 149–200. <https://core.ac.uk/download/pdf/196142693.pdf>
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Esti Dwi Rahmawati SE., M. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Baru Press, 2023.

- Fadhilah, & Saputra, G. G. (2021). Pengaruh *Content Marketing* dan *E-Wom* pada Media Sosial Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen Inovasi*, 17(3), 505–512. <http://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/6920>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Economic Reviews Journal*, 4(2). <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i2.735>
- Ferdinand, A. (2021). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fermiana, D., & Subkhan, M. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Lemonilo Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Masyarakat Umbulharjo Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 8(2), 1142–1159. [https://doi.org/10.30738/ed\\_en.v8i2.4388](https://doi.org/10.30738/ed_en.v8i2.4388)
- Fiana, E. O., & Hartati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan “Mie Gacoan” di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 149. <https://doi.org/10.35917/cb.v3i2.341>
- Ghozali, I. (2023). *Partial Least Squares Konsep*. Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 4.0.
- Gustina, I. (2024). Analisis Pengaruh Desain Eksterior dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian pada Café Kokoro. *04(03)*, 293–303.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3<sup>rd</sup> Ed. (k)). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/https://doi.org/10.1201/9781032725581-7>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. In *Women Entrepreneurs: Building Sustainable Business Models in Digital Spaces, Case Studies, and Experiences*. <https://doi.org/10.1201/9781032725581-7>
- Haryanto, T., & Azizah, S. N. (2024). Pengantar Praktis: Pemasaran Digital. In *UM Purwokerto Press*.
- Haus. (2025). *TENTANG KAMI*. <https://haus.co.id>
- Hendy Tannady, & Alvita, M. (2023). The Influence of Viral Marketing and Product Quality on Purchase Decision on Contemporary Foods, Sang Pisang. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 3(2), 376–380. <https://doi.org/10.55927/mudima.v3i2.2388>
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R., Chan, E., & Northey, G. (2021). *Behaviour Consumer*.
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Principles and Practice of Marketing Marketing*.
- Kotler dan Armstrong. (2021). *Principles of*. Pearson Education Limited.
- Lase, H., Hulu, F., Telaumbanua, E., & Giawa, P. (2024). Analisis Pemanfaatan Jaringan Internet Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Desa Silima Banua Umbunasi Kecamatan Uluidanotae Kabupaten Nias Selatan. *Journal Of Social Science Research*, 4(1), 7427–7439.

- Lestari, P. P., Fauziyah, A., Yusuf, I., Grafik, G., & Online, P. (2025). Citra Merek , Kualitas Produk , dan Content Marketing : Pengaruhnya terhadap Pembelian Produk Calzara Tasikmalaya pada TikTok Shop. 4(2024).
- Lutfia Salma, N., & Guritno, A. (2024). Pengaruh Inovasi Layanan, Viral Marketing, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kedai Pinara Kota Semarang). *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 4(3), 533–543. <https://doi.org/10.53067/ijebef.v4i3.180>
- Mattia, G., Di Leo, A., & Principato, L. (2021). *Online Impulse Buying and Cognitive Dissonance. In Online Impulse Buying and Cognitive Dissonance.* <https://doi.org/10.1007/978-3-030-65923-3>
- Mulya, K. S., Akbar, M., Ameliya, R., Hardinandar, F., Rizkan, M., Alamsyah, S., Bima, U. M., & Produk, K. (2025). Membongkar strategi pembelian konsumen: pengaruh daya tarik iklan, kualitas produk, dan harga pada fitur tiktok shop. 8(Ghristian 2016), 105–115.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Noviansyah, R. B. (2021). (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: *Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen.*
- Parinussa, R., Salhuteru, A. C., & Pattipeilohy, V. R. (2024). Jurnal administrasi terapan vol 2, no. 1, maret 2023. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 232–239.
- Philip Kotler, K. L. K. & A. C. (2022). *Management.*
- Putra, Y. P., Purwanto, H., & Sulistiyowati, L. N. (2022). Kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 69–80. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6952>
- Putri, N. A., & Supriyono. (2024). *The Influence of Viral Marketing, Price Perceptions, and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions at Richeese Factory. International Journal of Economics (IJECE)*, 3(2), 776–786. <https://doi.org/10.55299/ijec.v3i2.944>
- Rahmaini. (2025). Pengaruh *Viral Marketing Dan Neuromarketing Terhadap Keputusan Pembelian Manhattan Square Medan Skripsi Oleh: Rahmaini Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Terhadap Keputusan Pembelian Cromboloni Roti 'O DI CA.*
- Rahman, R. A., Lestari, S. P., & Asyiah, A. K. (2024). *The Influence Of Promotion and Perception Of Price On Purchase Decision At Sajodo Snack Shop. Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 27–38.
- Regina, T. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 50–57. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no1.501>
- Rianti, T., Taufiqurrahman, T., & Firli Musfar, T. (2023). *The Effect of Product Quality and Store Atmosphere on Puchase Decisions mediated By Purchase Intention as Intervening Variable (Study at Café Ma' Ani Rengat). Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 4(5), 1018–1031. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v4i5.2020>

- Rimbahari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh *Viral Marketing* Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 457. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304>
- Rinnanik, S.H.I., M. Pd.I., M.M Ahmad Mustofa, S.E.,M.M. Dr. Sri Rahayu, S.E., M. . (2022). *Monograf Niat Beli Produk Hijau*. Adab.
- Salsabila, T., Sari, R. M., Sayuki, M., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Pamulang, U. (2024). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Potensi Pengembangan Ekonomi Digital*. 3(2), 1900–1905.
- Saputra, S., Vereysita, S., Gouwтами, M., Lathifah, T., & Andayani, M. (2024). Dinamika Minat Beli Konsumen: Peran Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi*, 6(2), 248–260.
- Saputri, A. D., & Guritno, A. (2021). The Effect of Product Quality, Brand Image, and Halal Labeling on Purchase Decisions with Purchase Intentions as Intervening Variables. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, 1, 359–374. <https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.36>
- Sera Triya Meilida, Cindy Agnesia, Balqis Larasati, Septia Nur Humairoh, & Nadiya Fikriatuz Zakiyah. (2025). Pengaruh *Content Marketing*, Social Media Marketing, dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 154–166. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.4063>
- Setiawan<sup>1</sup>, A., Dwi M<sup>2</sup>, B., Wikantari<sup>3</sup>, M. A., & Aryani<sup>4</sup>, L. (2024). *Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom)*, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo DiJakarta. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(4), 1–19. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Silvi Yuni Pangesti, Peris Hamdanur, D. W. (2025). Pengaruh Promosi Instagram Terhadap Minat Beli Di Amani Coffee & Eatery, Kec. Adiwerna, Kab. Tegal. <https://doi.org/https://doi.org/10.61696/momil.v3i1.814>
- Solomon, M. (2020). Consumer Behavior: Buying, Having. In *Pearson* (Issue April).
- Syamsuddin, Muhammad Da'i, N., & Hardaningtyas, R. T. (2024). Pengaruh *Content Marketing*, *Influencer Marketing* Dan *Viral Marketing* terhadap keputusan pembelian food and beverage kedai kopi jasa ayah. 14(01), 120–129.
- Syugiono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Vol. 17). [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com).
- Umam, A. K., & Fikriah, N. L. (2024). *The Effect of Product Quality and Product Packaging on Purchasing Decisions: Purchase Intention as a Mediating Variable*. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 5(3), 176. <https://doi.org/10.20527/jee.v5i3.13304>
- Wahyuni, S., & Saifudin. (2023). Pengaruh *Content Marketing*, *Viral Marketing* dan *Spiritual Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen Rocket Chicken di Salatiga). *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 133–155. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i1.586>
- Wardhana, A. (2024). Proses Keputusan Pembelian Konsumen. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue August).

- Wati, A. M., Ratnasari, A., & PW, A. H. (2024). *L A K A R Creative Hub Design For Generation Z With An Educational And Recreational Approach In Tangerang* Informasi Artikel Abstrak Sejarah *Artikel:07(02)*, 292–306.
- Wearesocial. (2025). *Social Media APPS*. <https://wearesocial.com>
- Widiyanti, A. P., Sukarno, A., Rosyada, F. Y., Koranti, K., & Artanti, A. (2025). *Viral Marketing, Brand Awareness , dan Lifestyle : Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. 5(4), 455–463. <https://doi.org/10.47065/jtear.v5i4.2006>
- Winarsih, R., Mandey, S. L., Wenas, R. S., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Sam, U., & Manado, R. (2022). *R . Winarsih ., S . L . Mandey ., R . S . Wenas Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Makanan , Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dabu – Dabu Lemong Resto Dan Jurnal EMBA Vol . 1 0 No . 3 Juli 2022 . Hal 388-399*. 1(3), 388–399.
- Yetti, F., Pinem, D., & Pusporini. (2021). *Buku Ajar MANAJMEN BISNIS Planing - organizing - Controlling Actuating dan Operation Business*. 121.