

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2009. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum
- Adam, K., & Irwan. (2015). Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). 53–68. DOI: <https://doi.org/10.24252/teknosains.v9i1.1856>
- Afika, A., & Pasulu, I. (2023, June). Pengaruh Online Shop Terhadap Minat Beli Barang Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, No. 1, pp. 257-265). DOI: <https://doi.org/10.59024/semnas.v2i1.185>
- Agustino, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Product Knowledge terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Long Time* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen). DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.28032>
- Alvin, A., Nastiti, P., & Marsella, E. (2023). Identifikasi Faktor Loyalitas Pengguna pada Shopee Games Menggunakan Expectation-Confirmation Model (ECM). *Edu Komputika Journal*, 10(1), 38-45. DOI: <https://doi.org/10.15294/edukomputika.v10i1.61821>
- Amperawati, E., Rahmawati, R., Haerofiatna, H., & Rusmawan, T. (2024). Investigating the role of viral marketing, and brand awareness on purchase decisions: An empirical study in Indonesian online shops. *International Journal of Data and Network Science*, 8(3), 1715-1726. DOI: 10.5267/j.ijdns.2024.2.016
- Andini, T. D., & Pramana, E. (2015). Penentuan Faktor Kredibilitas Toko Online Melalui Pendekatan Peran Estetika Secara Empiris. *Prosiding SNATIKA*, 3, 12-21.
- Anindya, F., & Indriastuti, H. (2023). THE RISE OF VIRAL MARKETING AND BRAND AWARENESS INFLUENCE PURCHASE DECISIONS OF SOMETHINC PRODUCTS. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 7(1), 173-183.
- Aprilia, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34-46. DOI: <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>

- Astasari, M. O., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 195-203. DOI: <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.116>
- Beritadiy.pikiran-rakyat. 2023. Siapa Owner Portee Goods? Ini Perjalanan Usaha Sepatu Lokal yang Mendunia. Desember 2023. <https://beritadiy.pikiran-rakyat.com/citizen/pr-707500930/siapa-owner-portee-goods-ini-perjalanan-usaha-sepatu-lokal-yang-mendunia?page=all>
- Bernatta, R. A., & Kartika, T. (2020). Fenomena Massa Dalam Mencari Informasi Viral Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora*, 4(2). DOI: DOI:10.30595/jssh.v4i2.7419
- Bisnis Metro. 2023. Portee Goods Hadirkan Produk Sepatu yang Stylish, Berkualitas dan Nyaman Dipakai. Juni 2023. <https://bisnismetro.id/portee-goods-hadirkan-produk-sepatu-yang-stylish-berkualitas-dan-nyaman-dipakai/>
- Christian, A. S. S. (2023). Analisis pengaruh persepsi merek perusahaan, kesadaran merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap niat pembelian ulang. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 2(8), 766-779. DOI: 10.58344/locus.v2i8.1590
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram@ rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173-190. DOI: <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Darmawan, R. D. (2018). Analisa Pengaruh Work-family Conflict Dan Job Stress Terhadap Job Performance Perawat Di Rumah Sakit “X”. *Agora*, 6(2).
- DataBoks. 2023. Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka?. September 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- Detik Jabar. 2023. Cantiknya Loom Sandal Buatan Lokal yang Anti Mahal. Juli 2023. <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6825594/cantiknya-loom-sandal-buatan-lokal-yang-anti-mahal>
- 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), 560-569. DOI: <https://doi.org/10.29210/020211245>

- Dream. 2024. Deretan Sepatu Boot yang Jadi Tren Fashion Tahun Ini. Januari 2024. <https://www.dream.co.id/lifestyle/deretan-sepatu-boot-yang-jadi-tren-fashion-tahun-ini-2110189.html>
- Ekaputri, H. E., Nurfadilah, F. A., Rafsanzani, F., & Santy, R. D. (2021). The Effect of Creative Content to Increase Brand Awareness: Information Technology-Based Marketing Strategies. *International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH)*, 1(2), 410-423. DOI: <https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i2.6771>
- Ekayani, N. N. S., Purbawangsa, I. B. A., Sariyani, N. K., & Suriani, N. N. (2021). Inovasi teknologi memediasi pengaruh intellectual capital terhadap kinerja UMKM. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 658-669. DOI: <https://doi.org/10.29210/020211285>
- El-Haq, S. N., & Nurtjahjani, F. (2023). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SOMETHINC DI TIKTOK SHOP. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 20-25. DOI: <https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.528>
- Fajriyah, A., & Karnowati, N. B. (2023, January). Pengaruh Viral Marketing, Electronic Word Of Mouth, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Bangi Cafe Cilacap. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 98-112).
- FAKHRI, R. (2022). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Pada Pt. Samsung Electronics Indonesia Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 13(2), 137-146. DOI: <https://doi.org/10.36975/jeb.v13i2.383>
- Fimela. 2017. Ankle Boots, Sepatu Casual yang Cocok Diberbagai Aktivitas. Januari 2017. <https://www.fimela.com/fashion/read/2834785/ankle-boots-sepatu-casual-yang-cocok-diberbagai-aktivitas>
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152. DOI: <https://doi.org/10.31294/p.v19i2.2120>
- Ghozali, Imam. (2014). *“Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

- Gima Sugiana dan Emmanuel Febiano. 2017. Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14. DOI: <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.414>
- Glennardo, Y. (2016). Viral marketing sebagai media pemasaran sosial dalam mendongkrak kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dan bergabung dengan organisasi non profit/niaraba. *Competence: Journal of Management Studies*, 10(2). DOI: <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v10i2.3524>
- Gumalang, R. F., Saerang, D. P., & Arie, F. V. (2022). The influence of content marketing, influencers and psychological factors on brand awareness of tiktok advertising. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 128-138. DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43476>
- Gunawan, A. A., & Sunardi, H. P. (2016). Pengaruh kompensasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada pt gesit nusa tangguh. *Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Halim, E. S. (2017). Faktor-Faktor Yang Menjadikan Brand La Classique Tidak Dikenal. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(4), 419-427. DOI: <https://doi.org/10.37715/jp.v2i4.574>
- Hops. 2024. Brand sepatu lokal Portee Goods tuai kritik, plek ketiplek jiplak brand lain hingga konten shitposting ini di media sosial. Januari 2024. <https://www.hops.id/unik/29411416430/brand-sepatu-lokal-portee-goods-tuai-kritik-plek-ketiplek-jiplak-brand-lain-hingga-konten-shitposting-ini-di-media-sosial>.
- Huda, I. U. H., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. D. (2024). Pengaruh content marketing dan lifestyle terhadap keputusan pembelian pada usaha kecil menengah di media sosial. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 69-81. DOI: <http://dx.doi.org/10.31602/al-kalam.v11i1.3453>
- Husein Umar. 2007, Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- ICE. 2023. Arti dan Cara Meningkatkan Visibility dalam Marketing. Oktober 2023. <https://www.ice.id/article/influencer-marketing/arti-visibility-dalam-marketing>
- Icono 14. 2024. Who is Accountable for the Negative Effects of Influencer Marketing? Voices of the Influencer Ecosystem. Maret 2024. <https://icono14.net/files/articles/2103-EN/index.html>

- Id Times. 2021. 5 Jenis Dress Shoes yang Setiap Pria Wajib Tahu, Jangan Sampai Gak. Oktober 2021. <https://www.idntimes.com/men/style/zefanya-alviano-gultom/jenis-dress-shoes-yang-setiap-pria-wajib-tahu>.
- Iffan, M., Santy, R. D., & Radaswara, R. (2018). Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 127-140. DOI: <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i2.1003>
- Ihsan, H. (2015). Validitas Isi Alat Uukur Penelitian: Konsep Dan Panduan Penilaiannya. *Pedagogia*, 13(3), 173-179. DOI: <https://doi.org/10.17509/pedagogia.v13i3.6004>
- Irawan, A. D., & Hadisumarto, A. (2020). Pengaruh aktivitas social media marketing terhadap brand trust, brand equity, dan brand loyalty pada platform social media Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Usahawan Indonesia*, 43(1), 5. DOI: 10.21067/mbr.v4i2.5182
- Irawan, A., & Misbach, I. (2020). Pengaruh viral marketing dan endorser terhadap keputusan pembelian dengan brand awareness sebagai variabel intervening. *MBR (Management and Business Review)*, 4(2), 112â-126. DOI: <https://doi.org/10.21067/mbr.v4i2.5182>
- Isnawati, S. I. (2022). Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jibaku: Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 37-46. DOI: <http://dx.doi.org/10.35473/v1i1>
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen pada media online shop shopee di pekanbaru. *Jurnal valuta*, 4(1), 71-85.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance. *Business horizons*, 54(3), 253-263. DOI:10.1016/j.bushor.2011.01.006
- Komariah, K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Di Waroeng Spesial Sambal “Ss” Condongcatur Timur. *Journal of Culinary Education and Technology*, 7(5).
- Kotler dan Armstrong, (2011). Prinsip-prinsip Marketing, Edisi Ketujuh, Alih Bahasa Frutek, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15thn Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). Marketing Management. Edisi 15. England: Pearson Education.

Kotler, Philip, (2018). Marketing Management Edisi 14, Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip, dan Kerller, K. L 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education

Kotler, Phillip. 2010. Manajemen Pemasaran di Indonesia. Salemba Empat. Jakarta

Lenti, M., Beni, S., & Sadewo, Y. D. (2020). Strategi Diferensiasi Produk Line Untuk Menarik Minat Konsumen. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 2(2), 9-19. DOI: <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v2i2.190>

Madjid, C. N. I. F., & Hermawan, A. (2022). The Influence of Viral Marketing and Brand Image on Purchase Decisions through E-Trust: Study on Avoskin Skincare Customers. *International journal of economics, management, business, and social science (ijembis)*, 2(2), 315-321.

Magfirah, N., & Aprianti, K. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Cream Glow & Lovely Di Kota Bima. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 184-198. DOI: <https://doi.org/10.24002/kinerja.v26i1.5263>

Maulana, S. M., & Susilo, H. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1).

Maulana, T., & Susandy, G. (2019). The influence of viral marketing and price discounts through social media Instagram to purchase decision on marketplace Shopee. *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)*, 16(2), 8-8.

Maulida, A. R., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh viral marketing dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Publik: jurnal manajemen sumber daya manusia, administrasi dan pelayanan publik*, 9(1), 27-37. DOI: <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>

Medya, I. R., & Ratnawati, I. (2023). PENGARUH PROGRAM PELATIHAN TERHADAP KOMITMEN AFEKTIF DENGAN KETERIKATAN KARYAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Karyawan PT Garment XYZ Indonesia Factory 3). *Diponegoro Journal of Management*, 12(2).

Mindiasari, I. I., Priharsari, D., & Purnomo, W. (2023). Eksplorasi pengaruh live shopping terhadap minat beli konsumen dalam berbelanja online dengan metode systematic literature review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1039-1042.

- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 291-296. DOI: <https://doi.org/10.47492/jih.v11i1.1612>
- Mustikasari, A., & Widaningsih, S. (2019, May). The influence of viral marketing toward brand awareness and purchase decision. In *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)* (pp. 647-650). Atlantis Press. DOI: 10.2991/icebef-18.2019.138
- Nalindah, V., Chan, A., Tresna, P. W., & Barkah, C. S. A. (2022). Effect of Consumer Perception on The Purchase Decision of Children's Football Clothing Products:(Case Study on Shopee at Yuro Sport Store). *KINERJA*, 26(1), 82-97. DOI: <https://doi.org/10.24002/kinerja.v26i1.5263>
- Narimawati, U. (2010). Research methodology and research design.
- Nasution (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito
- Nursalim, H. (2023, March). The influence of viral marketing and brand awareness on consumers purchase intention of Mixue beverage products in Jakarta. In *Journal of International Conference Proceedings* (Vol. 6, No. 1, pp. 100-111). DOI: <https://doi.org/10.32535/jicp.v6i1.2258>
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. *Pro Mark*, 10(1).
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202. DOI: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Perwithasari, R., & Kurniawan, M. (2022). Analisis Sosial Media Instagram Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Bilik Tropical Sepatan. *Dynamic Management Journal*, 6(2), 160-174. DOI: <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v6i2.6905>
- Petersen, I., Herzog, S., Bath, C., & Fleißner, A. (2020). Contextualisation of factual knowledge in genetics: A pre-and post-survey of undergraduates' understanding of the nature of science. *Interdisciplinary Journal of Environmental and Science Education*, 16(2), e2215. DOI: <https://doi.org/10.29333/ijese/7816>
- Popmama. 2021. Tampil Keren dan Modis, Rekomendasi Sepatu Remaja Lak-Laki Masa Kini. Januari 2021. <https://www.popmama.com/big-kid/10-12-years-old/alfon/model-sepatu-remaja-laki-laki-tren-masa-kini>

- Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 2(02), 60-80.
- Pradana, M. (2019). The Effect Of Word Of Mouth On Brand Image Of A Popular Indonesian Donut Brand. *Riset: Jurnal Aplikasi Ekonomi Akuntansi dan Bisnis*, 1(2), 112-120. DOI: <https://doi.org/10.35212/riset.v1i2.9>
- Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Adminis.* DOI: <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33406>
- Purwanto, S. (2009). Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 3 Buku 2. *Jakarta. Salemba Empat.*
- Puspitaningrum, I. A., & Kadi, D. C. A. (2023, September). PENGARUH FITUR LIVE STREAMING, CONTENT MARKETING, DAN PLATFORM MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MS GLOW KOTA MADIUN). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25-29. DOI: <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rahmadani, A. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 14(02), 71-85.
- Ramayanti, F. (2019). Peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116. DOI: <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Redparker. 2024. Alasan Mengapa Sepatu Boot Kulit Disukai. Februari 2024. <https://redparker.com/alasan-mengapa-sepatu-boot-kulit-disukai/>
- Rizaldi, A., Margareta, F., Simehate, K., Hikmah, S. N., Albar, C. N., & Rafdhi, A. A. (2021). Digital marketing as a marketing communication strategy. *International Journal of Research and Applied Technology (INJURATECH)*, 1(1), 61-69. DOI: <https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i1.5639>

- Rondonuwu, S. (2017). Peranan Opinion Leader dalam Menyampaikan Pesan tentang Pembangunan Desa di Desa Lantung Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(45).
- Said, A. A. (2017). Mendesain logo. *Fakultas Seni dan Desain UNM Makassar*.
- Salim, M., & Putri, S. E. (2024). Effect Of Viral Marketing And Brand Awareness On Purchase Intention With Customer Trust As A Mediation Variable in Tik Tok Shop User. *The Manager Review*, 6(1), 1-12.
- Santoso, A. P. (2017). Pengaruh konten post instagram terhadap online engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Santy, R. D., & Andriani, R. (2023). Purchase decision in terms of content marketing and e-WOM on social media. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 10(6), 921-928. DOI: <https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i6.1502>
- Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020, January). Purchasing decisions in terms of perceived quality and product knowledge. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 94-99). Atlantis Press. DOI: 10.2991/aebmr.k.200108.023
- Santy, R. D., & Iffan, M. (2023). The Effect of Artificial Intelligence and Gamification on Online Purchase Intention Mediated by Customer Experience: Study on Indonesian Marketplace Users. *MIX: JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 13(1), 227. DOI: http://dx.doi.org/10.22441/jurnal_mix.2023.v13i1.015
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533. DOI: <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Sari, R. K. (2019). Viral Marketing: Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(2), 81-96. DOI: https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i2.488
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. DOI: <http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sari, S., Syamsuddin, S., & Syahrul, S. (2021). Analisis Brand Awareness Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di

- Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, 1(1), 37-48. DOI: <https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2678>
- Sitio, V. S. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Karyawan Pt Bank Panin Dubai Syariah, Tbk Jabodetabek Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(2). DOI: <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i2.694>
- Skrob, J. R. (2005). Open source and viral marketing. *University of Applied Science Kufstein, Austria*, 1-29.
- Sondakh, N. D., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh viral marketing, brand image dan harga terhadap keputusan pembelian kokumi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 479-489. DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43775>
- Sugiaman, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 1-14. DOI: <https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.414>
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Suharyadi dan Purwanto. 2009. Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sukotjo, S. (2010). Upaya Untuk Menjadi “the Real Market Leader”. *Jurnal Ekonomika Universitas Wijayakusuma Purwokerto*, 13(4), 23154.
- Suntara, A. A., Widagdo, P. P., & Kamila, V. Z. (2023). Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi Uang Kuliah Tunggal Universitas Mulawarman. *Kreatif Teknologi Dan Sistem Informasi (KRETISI)*, 1(1), 1-8. DOI: <https://doi.org/10.30872/kretisi.v1i1.275>
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), 1-16.
- Tirto. 2023. Siapa Owner Portee Goods yang Viral Dituding Menjiplak?. Desember 2023. <https://tirto.id/pemilik-portee-goods-yang-viral-dituding-jiplak-docmart-gTAD>
- Ulandari, T., Khumairoh, S. F., & Setiawan, B. (2024). Pengaruh Globalisasi Trend Fashion terhadap Ciri Khas Mahasiswa FTIK di UIN Satu

- Tulungagung. *Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan*, 1(5), 233-239.
- Umi Narimawati., Sri Dewi Anggadini., Linna Ismawati. (2011), *Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Pertama, Genesis. Pondok Gede, Bekasi
- Uyuun, S. N. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164-174. DOI: <https://doi.org/10.55606/jempper.v1i2.390>
- Widhiarso, W. (2009). Estimasi reliabilitas pengukuran dalam pendekatan model persamaan struktural. *Buletin Psikologi*, 17(1).
- Widjaja, Y. R., & Alexandra, R. (2019). The Impact of Viral Marketing on Consumer Interest on Indihome Product. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 103-107. DOI: <https://doi.org/10.31846/jae.v7i1.141>
- Winata, G. A. S., Diarta, I. K. S., & Sari, N. P. R. PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND ASSOCIATION, DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI KEPUASAN TAMU (GUEST SATISFACTION) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA HOTEL LE GRANDE BALI. *Jurnal Kepariwisata Vol*, 22(1), 60. DOI: 10.52352/jpar.v22i1.985. DOI: <https://doi.org/10.52352/jpar.v22i1.985>
- Wulandari, T. (2016). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (STIEB) Perdana Mandiri Purwakarta. *Sumber*, 127(2016/412), 412.
- Yoselinus, R. F., Harnoko, I., & Utomo, N. W. P. (2022). Perancangan Identitas Visual Dan Media Promosi Griya Sarana Label. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 7(2), 235-246. DOI: <https://doi.org/10.25105/jdd.v7i2.12474>
- Yuhana, Y., Setiawan, D., & Utomo, P. E. P. (2023). Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi Dengan Pendekatan HOT-FIT Model. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 77-87. DOI: 10.21456/vol14iss1pp77-87
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Usaha. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 8(2), 141-152. DOI: <https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i2.1004>
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-159