

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, N. P., Suharyono, & Sunarti. (2014). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian. *administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id* , 1-6.
- APJII. (2022, Juni Rabu). *Data Presentasi Perilaku Pengguna Internet Di Indonesia*. Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id>
- Cindy, Dundu, & Mandagi. (2016). Pengaruh Pendayagunaan Sumber Daya Manusia Terhadap Hasil Pekerjaan . *Jurnal Sipil Statik*, 4-5.
- DATAREPORTAL. (2022, Februari Selasa). *Data Platform Media Sosial Yang Banyak Digunakan Di Indonesia*. Retrieved from datareportal: <https://datareportal.com>
- Demizsa. (2017). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Manajemen*, 2-3.
- Diawati, P., & dkk. (2021). Pengaruh Brand Ambassador dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Marketplace. *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 7-8.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media .
- Granata, G., & Scozzese, G. (2018). The Evolution Of Viral Marketing To Improve Business Communication. *Canadian Center Of Science and Education*, 2-3.
- Hardani, L, D. J., Andriani, H., & Fardani, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Mataram: Pustaka Ilmu.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Pemasaran Digital Era Moderenn ( Sebuah Studi Literatur). *STIE IBMT Surabaya, Jurnal Eksekutif*, 1-14.

- Hasibuan, & Hutami. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Kota Bandung. *E-proceeding Of Manajemen* , 5-6.
- HonestDocs. (2021, 12 28). *Survei Jumlah Jiwa Yang Mengkonsumsi Kopi Di Indosenis*. Retrieved from HosestDocs: [www.honestdocs.id](http://www.honestdocs.id)
- Indonesia, I. (2021, 12 12). *Jenis Kopi Yang Plaing Banyak Diminati*. Retrieved from Inventure Indonesia: <http://inventure.id>
- Kurniawan, A. W., & P, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Nanang. (2012). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Suplemen Impor Dari USA Di Kabupaten Bantul. *JBMA*, 13-14.
- Nina, & Annafi. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Ecommerce. *JRAK Vol.8*, 3-4.
- Organization, I. C. (2021, 12 15). *Data Presentase Konsumsi Kopi Di Indonesia* . Retrieved from ICO: [www.ico.org](http://www.ico.org)
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Paramita dkk. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Karangsari, Kec. Sukodono,: Widya Gama Press.
- Puji Lestari. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Akademik Mahasiswa Pada Mata Kuliah Pengantar Akuntansi. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3-4.
- Putri, B. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumber Cipta Multiniaga, P. (2022). *Data Presentasi Merek Kopi Hitam Yang Banyak Diminati*. Bandung: Sumber Cipta Multiniaga.
- Sumber Cipta Multiniaga, P. (2022). *Laporan Penjualan Kopi Tubruk Gajah Mei-Agustus*. Bandung: Sumber Cipta Multiniaga.

- Wibowo, R. A., & Kurniawan, A. A. (2020). Analisis Korelasi Dalam Penentuan Arah Antar Faktor Pada Pelayanan Angkutan Umum Di Kota Magelang. *Theta Omega*, 3-4.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: FEB-UP Press.
- Windy. (2022). Pengaruh Marketing Influencer Dan Komunikasi Pemasaran Viral Marketing Di Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian. *UIN SUSKA RIAU*, 70-72.
- Windyani, Y. (2019). Pengaruh Kemampuan Literasi Media Terhadap Pemanfaatan Konten Line Today. *Universitas Pendidikan Indonesia repository.upi.edu perpustakaan.upi.edu*, 1-11.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Gabungan*. Jakarta: KENCANA.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja.
- APJII. (2022, Juni Rabu). *Data Presentasi Perilaku Pengguna Internet Di Indonesia*. Retrieved from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia: <https://apjii.or.id>
- DATAREPORTAL. (2022, Februari Selasa). *Data Platform Media Sosial Yang Banyak Digunakan Di Indonesia*. Retrieved from datareportal: <https://datareportal.com>

# LAMPIRAN