

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Cooper, E dan Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Qiara Media.

Ghozali, Imam (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26*, Edisi 10, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Green, Mark C., Warren J. Keegan, *Global Marketing*, 10th Edition, England: Pearson Global Edition.

Hair, J.F. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eight edition). Cengage.

Keller Kevin Lane., Vanitha Swaminathan (2020), *Strategic Brand Management Building Measuring, and Managing Brand Equity*, 5th Edition, England: Pearson.

Kotler Philip., dan Kevin Keller (2016), *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey, USA: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler Philip., dan Gary Armstrong (2018), *Principles of Marketing*, 17th Edition, England: Pearson Global Edition.

Sekaran, Uma., Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6 buku 2, Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, Uma., Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6 buku 2, Jakarta: Salemba Empat.





Widokarti, Joko R. & Donni J. Priansa (2019), *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, Bandung: Pustaka Setia.

JURNAL :

Kurnia Sandy, Samar Thoyib, Christianingrum (2020). “Pengaruh *Viral Marketing* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Angkatan 2016 – 2018”, *Holistic Journal of Management Research* Vol. 1, No.1, Juni 2020.

Nurul Huda (2020), “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makkasar”, *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 2, No. 1.

Nel Arianty, Ari Andira (2021), “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm LTD”, *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol. 4, No. 1.

Wua Gloria Sterle, James D. D Massie, Djurwati Soepono (2019), “Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado”, *Jurnal EMBA* Vol. 7, No. 4, Juli 2019, Hal. 3139 – 3148.

Monica Nggilu Altjie L Tumbel, Woran Djelmy (2019), “Pengaruh *Viral Marketing*, *Celebrity Endorser*, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado”, *Jurnal EMBA* Vol. 7, No. 3.

Anjan Inttan Lohonusa, Yunita Mandagie (2021) “Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu “Converse”

Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado”,
Jurnal EMBA Vol. 9, No. 4 Oktober 2021, Hal. 551 – 520.

WEBSITE :

Media Indonesia (2021), “Trend Pengguna Kosmetik Meningkat, Indonesia Siap Ambil Peluang” diakses pada 3 juni 2021.

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/409325/trend-pengguna-kosmetik-meningkat-indonesia-siap-ambil-peluang>

Kompas (2021), “10 Brand Skincare Lokal Terlaris Di Online Market Place”, diakses pada 22 April 2021. <https://kompas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris/>

Long Distance Creator (2021), “Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia”, diakses pada Tahun 2021. <https://www.longdistancecreator.com/media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia/>