

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Natasya Putri, 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)* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 11 No. 1 Juni 2014
- Caesarlita, Diandra. 2015. Tahun 2015, *Pertumbuhan Online Shopping akan mencapai 57%*. Terbit 23 Januari 2015. (<http://lifestyle.sindonews.com/>). Akses 24 November 2015.
- Duggan, Maeve. 2015. *The Demographics of Social media User*. Akses 19 Agustus 2015. (<http://www.pewinternet.org/>). Akses 24 November 2015.
- Dunn, Dave. 2004. *Branding: The 6 Easy Steps*. United States of America: Cameron Street Press, Inc.
- Javalgi, R. dan Ramsey, R., 2005. Strategic Issues of E-Commerce as an Alternative Global Distribution System, *International Marketing Review*, 18 (4): 376-391
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2004. *Principles of Marketing*. Tenth Edition, New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 2. Jakarta
- Ling, Kwek Choon., Chai, Lau Teck., and Piew, Tan Hoi (2010). The Effects of *Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention*. *International Business Research*. Vol 3. No.3, pp 63-70
- Mahkota, Andy, Suryadi, Imam Dan Riyadi. 2014. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc)* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 8 No. 2 Maret 2014
- Mander, Jason. 2014. *Tumblr And Pinteresr Are Thr Fastest Growing Social Platforms*. Terbit 18 November 2014. (www.globalwebindex.net/). Akses 24 November 2014.
- Meier, A dan Stormer, H, 2009. *eBusiness and eCommerce : Managing the Digital Value Chain*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg

- Nugroho, Hera dan Kastaman (2014) Pengaruh Media Sosial Facebook Dalam Peningkatan Penjualan Bisnis *Online*. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains and Teknologi (SNAST)*. Yogyakarta
- Oden, Niklas and Larsson, Richard Stalnacke (2011) *What makes a marketing campaign a viral success?* Institutionen för informatik. Digital Medieproduktion.
- Paliszkievicz, Joanna and Klepacki, Bogdan (2013) Tools Of Building Customer Trust. *Economic Papers*. Warsaw University of Life Sciences.
- Pasuhuk, Hendra. 2014. *Indonesia Pasar Terbesar Online Shopping di Asia Tenggara*. Terbit 5 Desember 2014. (<http://www.dw.com/id/>). Akses 24 November 2015.
- Ristania, Novia Dan Justianto, Jerry S. 2013. *Analisa Pengaruh Harga, Promosi, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop S-Nexian Melalui Facebook*. *Jurnal Of Bussiness Strategy And Excecution*. 5(2),131-161
- Rodic, Nemanja (2012) Best Practices in Viral Marketing. *Media Mark Research*. Aalto University
- Stiawan, Deris (2002). *Electronic Commerce*. Jogjakarta: Penerbit Andi Offset.
- Sora (2014) Mengetahui Pengertian *Website* dan Jenisnya. *Halaman Online*. Terbit 7 September 2014. (<http://www.pengertianku.net>) Akses 13 Januari 2016
- Triwijanarko, Ramadhan. 2015. *Tembus 400 Juta, Jumlah pengguna Penduduk Indonesia*. Terbit 23 September 2015 (<http://marketeers.com/>) Akses 24 November 2015.
- Turban, Rainer and Potter (2003) *introduction to Information technology*. 2nd Edition. John Wiley Sons, Inc.
- Yulianti, Levina. 2013. *Indonesia Netizen Survey 2013. Presentasi dalam seminar Marketeers Dinner Seminar*. Jakarta 28 Oktober 2013.