

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Lip M. 2020. 10 Kota dengan Populasi Penduduk Terbanyak di Indonesia, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/13/ini-dia-10-kota-terbesar-di-indonesia>, diakses pada 5 April 2022 pukul 13.40.
- Achmad, Robhittur. R. Sonja Andarini (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Brand Awareness Sepatu Compass. *Jurnal Revolusi Indonesia*, Volume 1.
- Agus W. Soehadi. 2005. *Effective Branding: Konsep Dan Aplikasi Pengembangan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, h. 10.
- Andi Ibrahim, Asrul Haq Alang, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, Darmawati. (2018). Metode Penelitian. (M. M. Dr. H. Ilyas Ismail, Ed.) Makasar: Gunadarma Ilmu.
- Anjani, Sari, Irwansyah. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [The Role Of Social Media Influencers In Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot*, Vol 16, No 2.
- Arnould, Eric J. Craig J. Thompson (2005). Consumer Culture Theory (Cct): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, Vol. 31.
- Ayu, Jihan Nur Rahmiilah. (2019). Efektifitas Viral Marketing Dalam Meningkatkan Niat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (Manova)*, Vol 02, No 01.
- Barri, Hillary Gabriella Barri, David P.E. Saerang, Johan R. Tumiwa (2017). The Impact Of Viral Marketing Using Social Media Platforms On Brand Awareness (Case Study: Laneige Cosmetic): *Jurnal Emba*, Vol.5 No.3, Hal.3945-3954.
- Berger, J., & Keller Fay Group. (2016). Research shows micro-influencers have more impact than average consumers do, <https://www.bing.com/search?q=Research+shows+micro-influencers+have+more+impact+than+average+consumers+do.&cvid=c8b37f9ac3fc4d9faadbfb3071d475d2&aqs=edge..69i57.700j0j1&pq=171&FORM=ANNAB1&PC=HCTS1>, diakses pada 15 April 2022 pukul 10.30
- Choshaly, Sahar Hosseinikhah, Marva Mirabolghasemi. (2020). The Role Of Viral Marketing Strategies In Predicting Purchasing Intention Of Eco-Labelled Products. *Journal Of Islamic Marketing*.

- Clarissa, Tiffani, Akhmad Edhy Aruman. (2020). Pengaruh Sales Promotion Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Membeli Dalam Mobile Legends. STIKOM LPSR Jakarta.
- Databoks.com (2021). Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan umur dan Gender, <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/117953/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>, diakses pada 1 Juni 2022 pukul 11.00
- Dohono, Yudo. 2021. Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021, <https://www.beritasatu.com/archive/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>, diakses 10 April 2022 pukul 11.00.
- Dr. Ir. Agus Wibowo, M. M. (2021). *Influencer (Digital Marketing)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fard, Morteza Hendijani, Reza Marvi. (2019). Viral Marketing And Purchase Intentions Of Mobile Applications Users. *Nternational Journal Of Emerging Markets*, Vol. 15 No. 2.
- Fathurrahman, Muhammad Miftahul, Diana Triwardhani, Jenji Gunaedi Argo. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. Repository UPN Veteran.
- Ferdiansyah, Agus, Dan Sri Ernawati. (2021). Analisis Viral Marketing Dan Window Display Terhadap Keputusan Berkunjung Di Fix Laluna. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6 No.2.
- Forbes, Kristen. (2016). *Examining The Beauty Industry's Use Of Social Influencers*. *Elon Journal Of Undergraduate Research In Communications*, Vol. 7, No. 2.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures* (Vol. 5019). Basic books.
- Ghane, Nina, Hamid Reza Shokrizadehb, Maryam Omidvara, And Hoseyn Comyaba. (2014). *Investigating The Effective Factors On Electronic Trade By Viral Marketing*.
- Girsang, H. T. (2020). Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Marketplace Knowledge* Terhadap Keputusan Pembelian Online Traveloka *Eats*. Repository Institusi Universitas Sumatera Utara.
- Hamed, Eltaj Mohammed Ali. 2017. Investigating Effects of Viral Marketing On Consumer's Purchasing Decision (Case Study: The Students Of The Administrative Sciences College Najran University). *British Journal of Marketing Studies*, Vol.5, No.4, pp. 61-71

- Hariyanto, Rivian Christian. Andi Wijaya (2022). Pengaruh *Brand Ambassador, Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Decision*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. 04, No. 01.
- Hasibuan. Lynda. (2021). Makasi BTS, Pendapatan McDonald's Melonjak di Kuartal II 2021, [Makasi BTS, Pendapatan McDonald's Melonjak di Kuartal II 2021 \(cnbcindonesia.com\)](https://www.cnbcindonesia.com), diakses pada 6 April 2022 pukul 10.00.
- Holt, Douglas B. (1997). Poststructuralist Lifestyle Analysis: Conceptualizing the Social Patterning of Consumption, *Journal of Consumer Research*.
- Internetworldstats.com (2021). Internet Top 20 Countries - Internet World Users, <https://www.internetworldstats.com/top20.htm>, diakses pada 10 April pukul 10.15.
- Investing.com (2022). Laporan Keuangan McDonald's Corporation, <https://id.investing.com/equities/mcdonalds-income-statement>, diakses pada 6 April 2022 pukul 18.30.
- Irawan, Anggi. (2019). Pengaruh *Viral Marketing Dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening*. Universitas Islam Negeri Allaudin Makassar.
- Jamil, Raja Ahmed, Abdul Qayyum (2021) *Word of mouse vs word of influencer? An experimental investigation into the consumers' preferred source of online information*. *Management Research Review*, Vol. 45 No. 2
- Kaylee, Samantha (2020) 12 Essential B2B Marketing Strategies to Grow Your Business, <https://hivelife.com/b2b-marketing-strategies/>, Diakses pada 12 April 2022 pukul 09.30
- Kopra, Anjali. Vrushali Ahvad. dan Sonali Jaju (2021). *Influencer Marketing is the Exploratory Study to Identify Antecedents of Consume Behavior of Millennial*. *Business Perspectives and Research*, Vol. 9, No 77–91
- Kotler, Philip, Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Makasar: Erlangga.
- Kotler, Philip, Dan Gary Amstrong. (2018). *Principles Of Marketing Edisi 17*. Global Edition, Pearson.
- Krisdianto, Kevin. 2016. VIRAL MARKETING: PEMBUNUH ATAUKAH PENUNJANG BAGI PEMBENTUKAN CITRA POSITIF PARTAI POLITIK. *Jurnal Manajemen*, Vol. 1, No. 2.

- Krisnawati, Devi. (2016). Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 4. No. 1.
- Kuhu, Trivia Tantri, Altje L Tumbel, Rudy S Wenas. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Di Sang Pisang Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 7 No. 3, Hal. 2801 – 2810.
- Kurniawan, Daniel, Williem Tumbuan, Ferdy Roring. (2021). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E – Money Fintech Pada Mahasiswa Di Universitas Sam Ratulangi Saat Pandemi COVID – 19. *Jurnal EMBA*, Vol. 9 No. 3, Hal. 695 - 704
- Lustono, & Fadila Laila Cahyani (2020). Pengaruh Media Promosi Digital Atau *Online Dan Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Belanjadolo Online Shop Di Kecamatan Banjarnegara. *Jurnal Medikonis Stie Tamansiswa Banjarnegara*, Vol 20.
- Lye, Kevin. (2022). Penguatan *Brand Awareness* Dan Kepuasan Pelanggan (Tenant) Dengan Konsep *Digital Marketing* Menggunakan Media Sosial. Universitas Dinamika
- Mcdonalds.co.id (2022). Restoran McDonald's dan Lokasi. <https://mcdonalds.co.id/makin-kenal-makin-sayang/restoran-kami>, diakses pada 6 April 2022 pukul 11.00.
- Octafia, Nika. (2021). Daya Tarik Keputusan Pembelian Mie Instan Indomie. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pasaribu, Aisyah Fitri, Dan Purnama Ramadani Silalahi. (2022). Pengaruh *Brand Image Dan Brand Awareness* Terhadap Pembeli Di *Market Place* (Studi Kasus Pada Aplikasi Shopee). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem)*, Vol. 2 No. 1.
- Prasetya, Adhitya Yoga, Ari Dwi Astono, Yuyun Ristianawati. (2021). Analisa Strategi Pengaruh *Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising dan Content Marketing* (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora) . *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, Volume 12 Nomor 2.
- Puvit. (2021). Pengaruh *Brand Ambassador, Viral Marketing, Cashback, Free Shipping* Terhadap Keputusan Pembelian Di *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswa Kos Di Condongcatur Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma.

- Richard, M. (2019). Bisnis Restoran Cepat Saji Berpeluang Tumbuh 15% Tahun Ini, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190211/12/887488/bisnis-restoran-cepat-saji-berpeluang-tumbuh-15-tahun-ini>. Diakses pada 5 April 2022 pukul 20.00.
- Rosa, Camelia. 2021. Tak Hanya BTS, Berikut Deretan Menu Kolaborasi McDonald's Sejak 1991, <https://akurat.co/tak-hanya-bts-berikut-deretan-kolaborasi-mcdonalds-sejak-1991>, diakses pada 10 April 2022 pukul 08.10.
- Rokka, Joonas (2021). Consumer Culture Theory's Future in Marketing. *Journal of Marketing Theory and Practice*.
- Rukuni, Tarisai Fritz, Grant Shaw, Yumesan Chetty, Petunia Kgama, Pebetse Kekana, & Kyle Rogers. (2017). *Viral Marketing Strategies And Customer Buying Behavioural Intentions At Retail Store In Johannesburg. Business Management And Strategy*, Vol. 8, No. 1.
- Rust, R. (2020). Future of Marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 37, 15-26.
- Sawaftah, Dima Anwer, & Cemal Çalıcıoğlu And Razan Ibrahim Awadallah. (2019). *The Relationship Between Viral Marketing and Consumer Purchase Intention, The Moderator Role Of Brand Image And Age: Evidence From Smartphone Users In North Cyprus*. *Management Science Letters*, hal 1307-1320.
- Sekarsari, Nanda Risna, Dan Henry Welsa, Dan Ambar Lukitaningsih. (2022). *Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trust sebagai Variabel Intervening. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 7, No.3.
- Sugiono. (2010). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sumberpengertian.id (2020). Pengertian Waralaba (Franchise) Menurut Para Ahli beserta Jenis-jenisnya, <https://www.sumberpengertian.id/pengertian-waralaba-franchise>, diakses pada 5 April 2022 pukul 19.00.
- Thioanda, G. P. (2020). Munculnya Digital Influencer Merubah Perilaku Konsumen Pada Promosi Produk, Pemilihan Produk, Dan Keputusan Pembelian Generasi Milenial: Studi Pada Akun Youtube Ria Sw. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, Vol 3, No.1.
- Topbrandaward.com (2022). Top Brand Index McDonald, https://www.topbrandaward.com/en/top-brand-index-int/?tbi_find=Mc%20Donald, diakses pada 10 April 2022 pukul 10.00.

- Tricahyono, Dodie, Larisha Widya Utami, Wiji Safitri. (2018). The Impact of Viral Marketing On Consumers' Intention To Use (Case Study: Spotify Indonesia). *Advances In Economics, Business And Management Research*, Volume 65.
- Sari, Maya Eka Lukita. (2019). Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah Iain Kudus). Institut Agama Isral Negeri Kudus.
- Zernigah, Kiani Irshad, & Kamran Sohail. (2012). Consumers'attitude Towards Viral Marketing Pakistan. *Management & Marketing Challenges For The Knowledge Society*, Vol. 7, No. 4.