

DAFTAR PUSTAKA

Al –Qur'an & Terjemahannya

Jurnal :

- Andini, N. P. (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*, 11(1).
- Kusumadjaja, L. (2014). The Impact of Viral Marketing through Social Media on BCD's Consumer Brand Knowledge. *iBuss Management*, 2(2).
- Prihantiwi, Margaretha Kusuma, Nugroho, Hanung Adi., & Winarno, Wing Wahyu. (2016). Pengukuran Kualitas Media Dan Informasi Website Dalam Diseminasi Pariwisata Untuk Mendukung Viral Marketing (Studi: Web Pariwisata Kabupaten Bantul). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 135-148
- Abdillah, J. (2015). FIKIH PEMASARAN Menguak Pemikiran Hermawan Kartajaya tentang Syariah Marketing. *Ijtimaiyya*, 5(1).
- Sari, I. P. (2016). Penerapan Pemasaran Viral Pada Ukm Rumah Batik Tulis Madura. *Sosio e-kons*, 8(2).
- Solikhah, S. (2013). Viral Marketing Ditinjau Dalam Perspektif Hukum Islam. *Parental*, 1(2).
- Wardhana, A., & Pradana, M. (2016). Viral Marketing Determinants of Top Online Shop Brands in Indonesia. *MIMBAR, Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 32(1), 25-30.
- Wiludjeng, S. P., & Nurlela, T. S. (2013). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT" X". Artikel dipresentasikan pada kegiatan Seminar Nasional & Call for Papers SANCALL, Surakarta

Buku :

- Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Bandung:CV. Alfabeta.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2010. *Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW "The Super Leader Super Manajer"*. Jakarta : Tazkia Publishing.
- Chaffey, D dan Smith, PR. (2008). *E-marketing : Excellence*, UK: Butterworth Heinemann.
- Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudibyoy. 2007. *Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung : Madania Prima.
- Kartajaya, Hermawan, dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*, cetakan III. Penerbit Mizan: Bandung.

Kotler, Philip 1997, *Marketing Management, 9e*. Hendra Teguh, Ronny A. Rusli. (terj.), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, Kontrol*. Edisi 9. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.

_____ dan Gary Armstrong. 1997, *Principles of Marketing 7e*. Alexander Sindoro. (terj.), *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 7. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.

_____ dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Nazir, M. 1997. *Metode Penelitian*. Jakarta : PT. Ghalia Indonesia.

Nizar, Muhammad. (2015). Kelas Menengah (Middle Class) dan Implikasinya. 171-192.

Nurlaela, Tresna Siti. 2005. Efektifitas Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian PT.ABC. Skripsi diterbitkan. Bandung: Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama.

Parawansa, D A.S. 2015. Customers Perpetuation as Main Variable For Corporate Strategy in Banking Industry. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*

Rahman, Afzalur. 2009. *Ensiklopedi Muhammad SAW : Muhammad Sebagai Pedagang*. Bandung : Pelangi Mizan

Saladin, Djaslim. 1991. *Unsur - Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, cetakan 1. Penerbit Mandar Maju: Bandung.

Sudarsono, H. (2002). *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia: EKONOSIA.

Sugiyono. (2007). *metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif* . bandung: alfabeta.

Winardi. 1989. *Aspek – Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, cetakan 1. Bandung Penerbit Mandar Maju.

Wawancara :

Clara. (2017, Maret 27). Personal Interview

Jauhari, MH Rushan Faizal, (2017, Maret 27) Personal Interview

Rahmanuddin, Arief (2017, Maret 29). Personal Interview

Namikusain, Kukuh (2017, Maret 29). Personal Interview