

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA. *EDUMASPUL*, 6(1), 974–980.
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Amelfdi, F. J., & Ardyan, E. (2021). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Volume 5, Nomor 6.
- Anas, A. T., & Budianto, A. A. (2023). ANALISIS BISNIS WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM. *ANAYASA: Journal of Legal Studies*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.61397/ays.v1i1.2>
- Apriliani, N., & Ekowati, S. (2023). PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND AWARENESS DAN KOMUNIKASI PEMASARAN (VIRAL MARKETING) DI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2). <https://doi.org/10.36085/jems.v4i2.5491>

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Volume 4, Nomor 1. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Arjunita, I., Lapian, S. L. H. V. J., & Lumantow, R. Y. (2021). PENGARUH VIRAL MARKETING, STORE ATMOSPHERE, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI TUYA MANADO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), Hal. 437-446. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.34756>
- Auliantio, A., & Setyabudi, D. (2023). HUBUNGAN BRAND AWARENESS DAN BRAND ASSOCIATION DENGAN MINAT BERTRANSAKSI ULANG DI TOKOPEDIA. *Interaksi Online*, 11(1), Article 1.
- Ayu, J. N. R. (2019). EFEKTIFITAS VIRAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN NIAT DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI ERA DIGITAL. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, Volume 02(Nomor 01).
- Beno, J., & Silen, A. P. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Eksport Impor (Studi Pada PT. Pelabuhan Indonesia II (PESERO) Cabang Teluk Bayur). *Jurnal Saintek Martim*, 22(2).
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jl. veteran 10-11 Malang 64145 Indonesia; pertama). UB Press. <http://www.ubpress.ub.ac.id>
- Firmansyah, Dr. M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (cetakan pertama). CV. PENERBIT QIARA MEDIA. <http://wiaramediapartner@gmail.com>

- Furqon, M. A. (2020). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajeme*, 4(1), 79–90.
- Herdana, A. (2018). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta). *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/7524>
- Hidayat, Y. A., Istiatin, & Hartono, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Pelayanan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen PT. Jaladara Jaya Trans Klaten | Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Volume 6 No 2*. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4344>
- Hikmawati, F. (2020). *METODE PENELITIAN* (jl.raya leuwinanggung, no.112, kel.leuwinanggung, kec.teposa, kota depok 16956; Vol. 4). Rajawali pers. www.rajagrafindo.co.id
- Huda, N. (2020). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR SCUTER MATIC YAMAHA DI MAKASSAR. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 37–43. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v2i1.311>
- Jannah, A. N. & Widiyono. (2021). PENGARUH VIRAL MARKETING DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA KARYAWAN PT. SURYAGITA NUSARAYA DI JAKARTA). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 103–108.
- Jumiati, J., Sudarwati, S., & Widayanti, R. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image, Promosi, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Memilih

Menginap Dihotel Sala View Solo. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v4i2.6599>

Kuhu, T. T., Tumbel, A. L., & Wenas, R. S. (2019). *PENGARUH VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSER, DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SANG PISANG MANADO.*

Kumontoy, M., Tumbel, A., & Tampenawas, J. (2023). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND CHARACTERISTIC DAN EMOTIONAL BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MS GLOW DI MS GLOW PUSAT TONDANO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.46023>

Kurniawan, K. J., Wahyudi, R., & Hellyani, C. A. (2023). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE DI KOTA MALANG. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i3.434>

Latifah, L. N., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2022). *Analisis Komparatif Influencer Marketing, Varian Produk dan Keputusan Pembelian Pada Menantea dan Es Teh Indonesia di Surabaya.*

Mandagi, V. A. L., Kalangi, J. A. F., & Mukuan, D. D. S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis, Jurnal Administrasi Bisnis.*

Moh, N. B. H. H., Rommy, A. S. N., & Nur, A. R. Y. N. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *IOSR Journal of Business*

and *Management (IOSR-JBM)*, 20(8), 76–81.
<https://doi.org/www.iosrjournals.org>

Mokoagouw, A. J. H., Mangantar, M., & Lintong, D. C. A. (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Menggunakan Jasa Grab (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unsrat Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), Article 02. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.46276>

Mulyaputri, V. M., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Niat Beli Merek Kopi Kenangan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 91. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p91-101>

Nggilu, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2018). *PENGARUH VIRAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSER, DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GEPREK BENSU MANADO.*

Niagara, A., & Sari, O. Y. (2023). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERENCE SHOPEE. *CAKRAWALA – Repositori IMWI, Volume 6, Nomor 2.*

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023a). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 4(1) 2023, 183–188.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023b). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product

Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, Vol 4(1), 183–188.

Oktaviani, S., & Nurlinda, R. A. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN VIRAL MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI CUSTOMER TRUST PRODUK ES TEH INDONESIA. *Journal of Applied in Business Management and Accounting*, 2(02), Article 02.

Paskah, C. G., & Nugrahani, R. U. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image Es Teh Indonesia. *e-Proceeding of Management*, Vol.10, No.4, Page 3170.

Paturrahman, P., Maszudi, E., Hamid, R. S., Dewintari, P., & Azzahra, W. (2023). Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews Dan Etika Konsumsi Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1058>

Pitri, T. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL EMA*, 1(2), Article 2.

Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *CITACONOMIA: Economic and Business Studies*, 2(02), Article 02.

Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUNSCREEN

WARDAH MELALUI BRAND AWARENESS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 1. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Prayogo, A., Fauzi, A., Bagaskoro, D. S., Alamsyah, F. A., Tonda, F., Hafidzi, M. K., Fatturrohman, M. R. H., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.116>

Priadana, S., & Sunarsi, D. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Jl. Garuda b 30 rt 1 rw 12 cipayung kec. ciputat, kota tangerang). Pascal Books Desember 2021.

Priantoro, H. (2018). *Hubungan Beban Kerja dan Lingkungan Kerja dengan Kejadian Burn-Out Perawat Dalam Menangani Pasien Bpjs* (Jakarta).

Putri, L. D. R., & Selviana, S. (2023). Hubungan Kualitas Produk dan Brand Image dengan Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee Di Jabodetabek. *Psikologi Kreatif Inovatif*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.37817/psikologikreatifinovatif.v3i1.2138>

Putri, S. L., & Deniza, M. P. (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal Agrica*, Vol.11 No.2. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/agrica>

Putri, S. Y., Meria, L., & Amroni. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat

Beli. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 92–107.
<https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1SP.2070>

Rampling, G. O., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2023). Analisis Brand Image, Brand Trust dan Viral marketing terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), Article 3. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49346>

Raturandang, V. E., Lopian, J., & Mandagie, Y. (2022). PENGARUH LIFESTYLE, INOVASI PRODUK DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE MS GLOW PADA RESELLER PASAR 45 MANADO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2), Hal. 620-631.

Ruhamak, M. D., & Rahmadi, A. N. (2019). Pengaruh Word Of Mouth, Citra Destinasi dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen dalam memilih Lembaga Kursus Bahasa Arab di Kota Pare—Kediri. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 7(Nomor 1), 165–182.

Sahir, S. H. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN* (Banguntapan, Bantul-Jogjakarta (Kantor I); 1st ed.). PENERBIT KBM INDONESIA.
<http://www.karyabaktimakmur.co.id/>

Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (perumahan gerhana aluddin blok f nomor 24 Makasar). Pustaka Ramadhan Bandung.

Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta). Cv. Andi Offset.

Santoso, D. S. A., & Dwijayanti, R. (2022). PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA PEMBELI AKSESORIS HANDPHONE DI SHOPEE). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Volume 10 No 1 Tahun 2022.

Sastra Millenium, A., Suardana, I. W., & Kusuma Negara, I. M. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARTUP BIKE RENTAL BANANAZ BALI. *Jurnal IPTA*, 9(1), 173. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2021.v09.i01.p17>

Setiadi, I. G. N. B. H. I. M., & Ekawati, N. W. (2019). BRAND IMAGEMEMEDIASI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1), 7102–7131. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i1.p6>

Setiawan, H. R. (2020). HUBUNGAN BRAND AWARENESS DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KFC DI KOTA TASIKMALAYA | Setiawan | JAK PUBLIK (Jurnal Administrasi & Kebijakan Publik). *JAK PUBLIK (Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik)*, 1(3). <https://administrasiku.com/index.php/jakp/article/view/30/30>

Sinambela, L. P. & Sarton Sinambela. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF (Teoritik dan Praktik)* (Depok; 1st ed.). PT. RajaGrafindo Persada. <http://www.rajagrafindo.co.id>

- Sondakh, N. D., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kokumi Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), Article 4. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43775>
- Sudaryana, B. (2018). *Metode Penelitian Teori dan Praktek Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta). Cv Budi Utama.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (jl. gegerkalong 1 lilir no.84 bandung). ALFABETA, CV. www.cvalfabeta.com
- Suhaemi. (2023). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 1 no 3 Juni 2023*, Hal 48-61.
- Suiraoaka, I. P., Budiani, N. N., & Sarihati, I. G. A. D. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Bidang Kesehatan* (Yogyakarta). Pustaka Panasea.
- Sukiman, & Salam, A. (2021). ANALISIS PENGARUH GREEN MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK MEREK AQUA. *JURNAL ILMU MANAJEMEN, Volume 11*(Issue 1), Page 69-80. <https://doi.org/10.32502/jimn.v8i1.1643>
- Sunarsih, & Ernawati, S. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, VARIASI PRODUK DAN HATGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ES TEH IINDONESIA CABANG BIMA. *JURNAL CAHAYA MANDALIKA*.
- Supangkat, A. S., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sariayu Martha Tilaar di

Kota Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), Article 2.
<https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v4i2.2875>

Susanto, H. (2023). PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MURAH DI SAMPIT. *Profit : Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), Article 1.

Tanera, L., & Urbanisasi. (2023). TANTANGAN DALAM MENGHADAPI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DAN TRASFORMASI DIGITAL DALAM BISNIS WARALABA. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 3(3), Article 3.

Taufik, Y., Sari, A. R., Zakhra, A., Ayesha, I., Siregar, A. P., Kusnadi, I. H., Ratnawati, & Tannady, H. (2022). Peran Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Produk Es Teh Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.31316/jk.v6i2.3090>

Umar, H. (2010). *Riset pemasaran & perilaku konsumen* (Jakarta). PT. Gramedia Pustaka Utama.

utomo, P., maduwinarti, A., & Ni made ida pratiwi. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WARUNG KOPI MBAH SANGKIL SURABAYA. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 5(2), 1–19.

Waciko, K. J. (2022). *STATISTIKA BISNIS (APLIKASI DENGAN SPSS)* (desa banjaran rt 20/10 kecamatan bojongsari kabupaten purbalingga). EUREKA MEDIA AKSARA.

Wardani, A. N., & Fitra, J. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Product Quality dan Desain Interior terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mie Kiro

Gombong. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v5i3.446>

Widya, C. A., & Riptiono, S. (2019). PENGARUH ONLINE CONSUMER REVIEW DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CONSUMER TRUST SEBAGAI INTERVENING (STUDI PADA PENGGUNA INSTAGRAM DI KECAMATAN KEBUMEN). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 1, No. 1.*

Wilujeng, S. R., & Edwar, M. (2018). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.26740/jptn.v2n2.p%p>

Yunita, P., & Indriyatni, L. (2022). Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5.

Yupitasar, M. N., Asiyah, S., & Rizal, M. (2023). Pengaruh Desain Produk, Viral Marketing Dan Endorsement Terhadap Minat Beli Produk Geoff Max (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen PRODIMANA JEMEN*. <http://www.fe.unisma.ac.id>