

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Anggraini, Lilis, dkk. Eds. 2020. *Statistik E-Commerce 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia. Tersedia dari <https://www.bps.go.id>
- Dharmmesta, Basu Swastha, dan Hani Handoko. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Febriani, Nufian S, dan Wayan Weda Asmara Dewi. 2019. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Malang: UB Press
- Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Helianthusonfri, Jefferly. 2012. *Buku Pintar Facebook & Twitter Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Tersedia dari Playbook.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo. Tersedia dari Playbook.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Grup. Tersedia dari <http://eprints.umpo.ac.id>
- Shinta, Agustina, M. P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press. Tersedia dari Playbook.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Turban, Efraim, dkk. 2018. *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Ninth Edition. Switzerland: Springer. Tersedia dari Playbook.

Wibowo, Radna Andi. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Radna Andi Wibowo. Tersedia dari Playbook.

Sumber Jurnal:

Andini, Nastasya Purtri, dkk. 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, Vol.11, No.1, Juni 2014.

Aprillio, Rio Garia dan Arry Widodo. 2020. *The Effect Of Viral Marketing On Purchase Decision With Customer Trust as Intervening Variable*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol.4, No.2, Agustus 2020.

Ardianti, Asri Nugrahani dan Widiartanto. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif FISIP UNDIP)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol.8, No.2, April 2019.

Farki, Ahmad, dkk. 2016. *Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian pada Online Marketplace di Indonesia*. Jurnal Teknik ITS. Vol.5, No.2, Juli 2016.

- Fatmawati, Devik, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Survei pada Konsumen Lumbung Batik Surakarta)*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol.17, No.2, Juni 2017.
- Febriana, Mitha, dan Edy Yulianto. 2018. *Pengaruh Online Consumer Review Oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.58, No.1, Mei 2018.
- G, Widya Cucu Andita dan Sulis Riptiono. 2019. *Pengaruh Online Consumer Review dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Consumer Trust Sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram di Kecamatan Kebumen)*. Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol.1, No.1, Oktober 2019.
- Hamdani, M.Y., dan Mawardi, M.K. 2018. *Pengaruh Viral Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.60, No.1, Juli 2018.
- Hidayati, Nur Laili. 2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol.6, No.3, 2018.
- Japarianto, Edwin, dan Stephanie Adelia. 2020. *Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variabel pada E-Commerce Shopee*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol.14, No.1, April 2020.

- Kanitra, Althaf Revi, dan Andriani Kusumawati. 2018. *Pengaruh Country Of Origin dan Online Cunsumer Review Terhadap Trust dan Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.61, No.1, Agustus 2018.
- Mulyati, Yofina dan Grace Gesitera. 2020. *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang*. Jurnal Maksipreneur. Vol.9, No.2, Juni 2020.
- P, Syuhada Putu Syahdira dan Arry Widodo. 2019. *Efektifitas Viral Marketing Menggunakan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.6, No.2, Agustus 2019.
- Sandy, Kurnia, dkk. 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.2, Juni 2020.
- SP, Sri Wiludjeng, dan Tresna Siti Nurlela. 2013. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT "X"*. Jurnal Proceeding Seminar Nasional. 23 Maret 2013.
- Solihin, Dede. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni dan Teknologi. Vol.4, No.1, Juni 2020.

Sutanto, Monika Adhelia dan Atik Aprianingsih. 2016. *The Effect of Online Consumer Review Toward Purchase Intention: A Study In Premium Cosmetic In Indonesia*. Journal International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science.

Wahyudi, Taesar, dkk. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop*. Jurnal Manajemen. Vol.19, No.1, Maret 2019.

Sumber Skripsi:

Agung, M Benny. 2020. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tokopedia pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang*. Skripsi. Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Fatah. Palembang.

Amalia, Aisyah. 2019. *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Salatiga dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening*. Skripsi. Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Semarang.

Daulay, Nuraini. 2020. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan)*. Skripsi. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara. Medan.

Meidhiyanti, RR Irish Reza. 2020. *Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Online Customer Review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian di*

Shopee Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Skripsi.

Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Salatiga. Semarang.

Megawati, Nana Septi Nur. 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shope (Studi Kasus: Pelanggan Online Shop Lazada pada Mahasiswa FEB UNILA)*. Skripsi. Ekonomi dan Bisnis. Manajemen. Universitas Lampung. Bandar Lampung

Purnomo, Muhammad Abdurrahman. 2016. *Pengaruh Promosi dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Terhadap Konsumen Minuman DAFF YOGHURT di Kabupaten Bandung)*. Skripsi. Ekonomi dan Bisnis. Manajemen. Universitas Komputer Indonesia. Bandung

Sumber Internet:

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). 2020. *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)*. Diakses 1 Januari 2021. <https://apjii.or.id/survei>

Jayani, Dwi Hadya dan Muhammad Ahsan Ridhoi. Eds. 2020. *Shopee, E-Commerce dengan Pengunjung Situs Tertinggi Kuartal III 2020*. Diakses 20 November 2020. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/20/shopee-e-commerce-dengan-pengunjung-situs-tertinggi-kuartal-iii-2020>

_____, Eds. 2021. *Nilai Transaksi E-Commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun Pada 2020*. Diakses 29 Januari 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>

Shopee. 2021. *Penilaian Produk..* Diakses 24 Maret 2021. <https://shopee.co.id/>

Softwareseni. 2021. *Kenali 5 Model Bisnis E-Commerce (B2B, B2C, C2C, C2B, B2G, C2G) sebelum membangun sistem untuk bisnis.* Diakses 30 April 2021. <https://www.softwareseni.co.id/blog/5-model-bisnis-ecommerce-b2b-b2c-c2c-c2b-b2g>

Wilson, Ralph F. 2018. *The Six Simple Principles of Viral Marketing.* Diakses 9 April 2020, dari <https://www.practicalecommerce.com/viral-principles>

