

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis. 2016. *Manajemen Pemasaran*.  
Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2017), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cicik Harini, Heru Sri Wulan, Feri Agustina, *Digital Marketing Bagi UMKM ed 1*, (Bandung : Media Sains Indonesia, 2021).
- Donni Priansa (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Dr. Riduwan. 2018. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*.  
Bandung: Alfabeta.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta
- 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.
- Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*.  
Bandung: PT Refika Aditama.
- Junai Al Fian. (2016). *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*.

- Kartajaya, Hermawan. 2016. *Marketing In Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13*. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2018. *Principle Of Marketing*, 17th edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition,Pearson Education,Inc.
- Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of Online Product Reviews from a Consumer's Perspective. *Advance in Economics and Business* 1(1), 1-5.
- Rusmanto Maryanto, *Pengantar Digital marketing: modul praktikum manajemen pemasaran berbasis IT*, (Jakarta: Self-publishing 2017). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Jonathan Sarwono dan K. Prihartono, *Perdagangan Online: Cara Bisnis Di Internet*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2012)
- Sugiyono (2016). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, da R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV

Alfabeta

Sugiyono.2016. Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D. Bandung :

IKAPI

Shinta, Agustina, M. P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press. Tersedia dari Playbook.

Taprial, Varinder & Kanwar, Priya (2012). *Understanding SocialMedia*. Ventus Publishing. ISBN [978-87-7681-992-7]

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

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

Yoyo Sudaryo, dkk., *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020).

Antony, Mayfield. 2008. *What is Social Media?*. London: iCrossing

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2017. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition.Pearson

#### **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 Marketpalce 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.
- Fauzi Baisyir, M. Q. (2021). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan*. Journal of management Review, 1. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/managementreview/article/view/5137>
- Febriana, Mitha, dan Edy Yulianto. 2018. *Pengaruh Online Cunsumer Review Oleh Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.58, No.1, Mei 2018.
- Febriani, R., & Khairusy, M. A. (2020). *Analisis Pengaruh Celebrity Endorser/Brand Ambassador, Harga Dan Desain Produk Yang Dimediasi Oleh*

- Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Shopee. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 91–110. <https://doi.org/10.47080/Progress.V3i1.782>
- 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.
- Hidayanti, 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.
- Japariato, Edwin, dan Stephanie Adelia. 2020. *Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli dengan*
- Junai Alfian, dan Tri Yuniati. 2016. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan*
- Kanitra, Althaf Revi, dan Andriani Kusumawati. 2018. *Pengaruh Country Of Origin dan Online Consumer 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*

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

**Sumber Internet:**

Jumlah pengguna Media Sosial di dunia. Global Digital Headlines 2022.

Diakses Mei 2022

Shopee.co.id , Di akses mei 2022

