

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Abdullah, Thamrindan Francis Tantri. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Ananda, Azka Faranisa dan Wandebori, Harimukti. 2016. *The Impact of Drugstore*
- Assauri, S. (2017), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Danang Suntoyo. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta.
- Riduwan. 2010. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta
- Priansyah, doni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta
- 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.
- 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.

- 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.
- 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.
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : IKAPI
- Taprial, Varinder & Kanwar, Priya (2012). *Understanding Social Media*. Ventus Publishing. ISBN [978-87-7681-992-7]
- 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.

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

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

**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.
- Baisyir, Fauzi 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 Consumer 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.

- 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*
- 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 Online Shop Lazada pada Mahasiswa FEB UNILA)*. Skripsi. Ekonomi dan Bisnis. Manajemen. Universitas Lampung. Bandar Lampung

#### **Sumber Internet:**

Jumlah pengguna Media Sosial di dunia. *We are social* Januari 2021.

Diakses 20 November 2021

10 Negara Asia dengan pengguna internet terbanyak (maret 2021).

*Internetwordstats*