

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Astuti, Miguna Dan Agni Rizkita Amanda. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Bunyamin. (2021). Manajemen Pemasaran. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi
- Butarbutar, Marisi Dkk. (2020). Manajemen Pemasaran: Teori Dan Pengembangan. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Darma, Budi (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2). Jakarta: Guepedia.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek. Jakarta: Penerbit Qiara Media
- Irmawartini Dan Nurhaedah. (2017). Metodologi Penelitian : Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan: Badan Pengembangan Dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan. Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.
- Kusumastuti, Adhi, Dkk. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Musfar, Tengku Firli. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Nugraha, Billy. (2022). Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda Dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik. Penerbit CV. Radiana Pustaka Group.
- Riyanto, Slamet Dan Hatmawan, Aglis Andhita. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Santoso, Singgih. (2017). Statistik Multivariat Dengan SPSS. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suprpto, Rifqi dan Azizi (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Myria Publisher

Widarjono, Agus. (2018). Analisis Regresi Dengan SPSS. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.

Jurnal

Agesti, N., Ridwan, M. S., & Budiarti, E. (2021). The Effect Of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust On Purchase Decisions With Lifestyle As Intervening Variables In The Marketplace Shopee In Surabaya City. *International Journal Of Multicultural And Multireligious Understanding*, 8(3), 496-507.

Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting And Management Research Edition)*, 3(2), 198-206.

Arfah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. Pt Inovasi Pratama Internasional.

Azzahra, F. D., & Rizan, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention serta Dampaknya pada Purchase Decision: Studi pada Pengguna Layanan Online Food Delivery di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan-JBMK*, 2(3), 874-890.

Bilgin, Y. (2018). The Effect Of Social Media Marketing Activities On Brand Awareness, Brand Image And Brand Loyalty. *Business & Management Studies:An International Journal*, 6(1).

Ghoni, M. A., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Brand Image, Online Customer Review dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 14-22.

Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Riviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(2).

Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts& Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25.

Limandono, J. A. (2017). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.

Limandono, J. A. (2017). Pengaruh Content Marketing Dan Event Marketing Terhadap Customer Engagement Dengan Sosial Media Marketing Sebagai Variabel Moderasi Di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 5(1), 11.

- Mikhael, M., & Susan, M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Purchase Intention Yang Dimediasi Brand Awareness Di Interkultural Edukasi Partner. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(1), 50-60.
- Muharam, A. N., Widaningsih, S., & Mustikasari, A. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk “Boci Baso Aci”(Studi Kasus Pada Pt. Aa Mapan Perkasa Tahun 2020). *Eproceedings Of Applied Science*, 7(4).
- 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),
- Nahari, Akhmad. Y. R. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @Erigo.Store Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo. Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum. Universitas Negeri Surabaya.
- Noviani, S. R. & Siswanto, T. (2022). Pengaruh Online Consumer Review, Rating, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Marketplace Shopee Di Jakarta Selatan. *Jurnal Inovasi Manajemen & Bisnis (Jimb)*. Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan, Jakarta.
- Nurmalasari, Lilis. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Keterlibatan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Studi Kasus Pada Umkm Bidang Kuliner). *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Vol 9, Nomor 3.
- Pratiwi, N. M. I., & Yasa, N. N. K. (2019). The Effect Of Store Atmosphere, Social Media Marketing, And Lifestyle On Purchase Decisions On Consumers Of The Alleyway Café. *European Journal Of Management And Marketing Studies*.
- Putri, O. M., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Qurniawati, R. S. (2018). Theoretical Review: Pemasaran Media Sosial. *Among Makarti*, 11(1).
- Rehman, Fazal, Rosman, Shafie, Fadillah. (2017). “Determinants Of Personal Factors In Influencing The Buying Behavior Of Consumers In Sales Promotion : A Case Of Fashion Industry”. *Journal Young Consumers*. Vol 18 No.4, Pp. 408-424

Saktiendi, E., Herawati, S., Yenny, L. A., & Agusti, A. W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197-210.

Sanjaya, A. S. (2021). Pengaruh Dimensi Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Climatethirty. *Performa*, 5(4), 272–278

Sugiarti, D.I. (2021). Pengaruh Consumer Review Pembeli Terhadap Toko Online Shopee. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (Sostech)*.

Widiyawati, W., & Siswahyudianto, S. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018 Uin Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 356-366.

Zahra, S. (2022). *Manajemen Pemasaran*.

Skripsi

Abdurrohman, Susatio Hudan. (2019) Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace (Survey Pada Pengguna Aplikasi Shopee). Sarjana Thesis, Universitas Negeri Jakarta.

Amalina, H. N. (2021). Analisis pengaruh social media marketing, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dimasa pandemi Covid-19 (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).

Annisa, T. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hotel Mercure Bandung City Centre. Program Studi Manajemen. Skripsi.STIE STAN – Indonesia Mandiri

Luthfiyati, N. R. (2018). Pengaruh Produk, Citra Merek, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Muslim Store Gresik (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).

Mileva, Lubiana. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Administrasi. Skripsi. Universitas Brawijaya.

Novitasari, Nurdian (2021) Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Harga, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Fashion (Studi Empiris Pada Brand Fashion Erigo). Other Thesis, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.

- Pratama, S. Y. (2022). Skripsi: Keputusan Pembelian Ikan Teri Nasi Produk Pulau Pasaran Di Bandar Lampung (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Lampung).
- Safira, Safira (2021) Pengaruh Viral Marketing Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Survey Pada Pelanggan Shopee Jakarta Timur). Skripsi Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
- Sari, Nanditiya Lintang. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pengguna Samsung Di Jakarta Timur). Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Skripsi. Universitas Darma Persada.
- Widiyawati, W., & Siswahyudianto, S. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018 Uin Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 356-366.
- Yasinta, Marenda And Nofiawaty, Nofiawaty And Yunita, Dessy (2022) Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kaos Nyenyas Palembang (Studi Pada Instagram Dan Tiktok @Kaosnyenyas). Undergraduate Thesis, Sriwijaya University

Website

- <https://databoks.katadata.co.id/> (diakses pada bulan April 2023)
- <https://glints.com/id/> (diakses pada bulan April 2023)
- <https://kalodata.com/> (diakses pada bulan April 2023)
- <https://my-best.id> (diakses pada bulan Mei 2023)
- <https://www.kompas.com/> (diakses pada bulan April 2023)
- <https://www.tiktok.com/id-ID/> (diakses pada bulan Mei 2023)
- <https://bekasi.urbanjabar.com/> (diakses pada bulan Juli 2023)
- <https://bittersweetbynajla.com> (diakses pada bulan Juli 2023)