

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Arianto. (2021). Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital. Penerbit: Airlangga University Press.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda. 2020. Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Bunjamin. 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. Jakarta: Guepedia.com.
- Hartini, Rahayu. (2018). Hukum Komersial. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hendrayani, Eka, dkk. (2020). Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep). Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit: PT Grasindo.
- Ibrahim, Azharsyah. 2021. Metodologi Penelitian Ekonomi. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. Principle of Marketing. Global 17th Edition. London: Pearson.
- Mubarak, Zaki. 2021. Penelitian Kuantitatif dan Statistik Pendidikan Cara Praktis Meneliti Berbasis Contoh Aplikasi Dengan SPSS. Tasikmalaya: CV. Pustaka Turats Press.
- Musfar, Tengku Firli. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran. Jakarta Media Sains Indonesia
- Musfar, Tengku Firli. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Pakpahan, Andrew Fernando, dkk. 2021. Metodologi Penelitian Ilmiah. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Putri, Debi Eka, dkk (2021). Brand Marketing. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Raharjo, Farco Siswiyanto. (2019). The Master Book of Personal Branding Seni Membangun Merek Diri dengan Teknik Berbicara. Yogyakarta: Quadrant.
- Ramdhan, Muhammad. 2021. Metode Peneliatian. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ramdhani, Rahmi dan Nuraini Sri Bina. 2021. Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis Dan Aplikasi SPSS. Jakarta: Kencana.
- Rizal, Achmad. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Said, Miah. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. Makassar: CV Sah Media.
- Santoso, Singgih. 2017. Statistik Multivariat Dengan SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sudarsono, Heri. (2020). Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. Tegal: CV. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Unardjan, Dominikus Dolet. (2019). Metode Kuantitatif. Jakarta:Unika Atma Jaya Jakarta
- Widarjono, Agus. 2018. Analisis Regresi Dengan SPSS. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wisnawa, I Made Bayu, dkk. (2022). Brand dan E-Marketing Pariwisata. Yogyakarta: Deepublish. Yogyakarta.
- Yulianto, Nur Achmad Budi, dkk. 2018. Metodologi Penelitian Bisnis. Malang: Polinema Press.

Jurnal:

- Asri Nugrahani Ardianti, Dr. Widiartanto, M. A. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee . Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 1–11. <http://teknonomie.com>
- Herman, Hendri dan Ryo Ramadhan Syahputra. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Keputusan Menginap di OS Hotel Batam. Jurnal Ilmiah Kohesi Vol. 4 No. 3 Juli
- Kurniawan, Kokom Komariah , dan R. Deni Muhammad Danial, Febriansyah. (2022). Analisis Online Consumer Review Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc. Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 3(4).
- Mumtaz Zayyan Sayakifa & Saino (2021) Pengaruh Penggunaan TikTok Sebagai Media Promosi dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. Jurnal Manajemen, Vol.13 (2) 2021.
- Nafingratunasik dan Heni Hirawati. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee. SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis. p-ISSN 1978-2241, e-ISSN 2541-1047
- Nggilu, Altje L. Tumbel dan Woran Djemly, Monica. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. Jurnal EMBA Vol.7 No.3
- Pradika Muthiya Shafa., Jusuf Hariyanto. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee. 1–18.
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. Jurnal Administrasi Bisnis (Job), 10(1), 21-24
- Putri dan Tri Indra Wijaksana, Ourzha. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan online Customer Rating Terhadap Purchase Decision Pada Konsumen Produk Wardah Melalui Marketplace Shopee. Vol.8, No.5.
- Rahmawati, Anna Irma. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online

- (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Pgris Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Ekonomi Kreatif* Vol 1. No. 1.
- Ramadhan dan Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbuysang, Risyah. (2022). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace. Seminar Nasional (PROSPEK I)
- Rangsang, dan Heppy Milayani, Riza Amatha. (2021) Pengaruh Review Konsumen Online Terhadap Proses Keputusan Pembelian pelanggan Pada Situs E-Commerce BLIBLI.COM. *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.6.*
- Sandy, K., Thoyib, S., & Christianingrum. (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, I(Vol 1 No 1 (2020): Holistic Journal of Management Research)*, 17–26.
- Satyo, dan Liya Megawati, Aditya. (2022). The Influence of Viral Marketing and Consumptive Behavior on Purchase Decisions for Camille Beauty Skincare Products (Survey of Instagram Followers). *Jurnal ekonomi dan Bisnis - VOL. 20. NO. 3.*
- Sugiarti, D. I. (2021). *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)* Pengaruh Consumer Review Terhadap Pembeli Terhadap Toko Online Shopee Keputusan. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (SOSTECH, 1(9), 954–962.*
- Tasya, Alif Wira Dhika dan Nursiah Fitri, Sartika. (2022). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik MS Glow. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan.*
- Theresia, dan Rinintha Parameswari, Theresia. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia. *Ekonomi dan Manajemen Bisnis* Vol.2 No.1.
- Wahyudi, T. (2019). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan Konsumen Remaja Kota Mataram Pada Pembelian Produk Fashion Shopee Online Shop. *Jurnal Riset Manajemen, 19(1), 1.*
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal, 2(1), 472–481.*

Skripsi:

Febtiani, Tashya Aulia. 2022. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Lip Product Emina Melalui Citra Merek. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Kamila, Korina Tasya. 2019. Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya.

Murjiati, Wahyu. 2021. Pengaruh Iklan dan Aplikasi TikTok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah IAIN PALOPO. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Palopo.

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.

Susilowati, Retno. 2018. PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Administrasi. Skripsi. Universitas Brawijaya.

Syafiq, Muhammad. 2020. Analisis Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah

Zain, Ferdian Ammar Al Hummam. 2023. Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kepada Pengguna Erigo Apparel Wilayah Kota Bekasi). Fakultas Ekonomi. Univesitas Darma Persada.

Website:

<https://dataindonesia.id/> (diakses pada Mei 2023)

<https://goodstats.id/> (diakses pada Mei 2023)

<https://compas.co.id/> (diakses pada Mei 2023)

https://instagram.com/scarlett_whitening (diakses pada Mei 2023)

https://www.tiktok.com/@scarlett_whitening (diakses pada Mei 2023)

<https://scarlettwhitening.com/> (diakses pada Juli 2023)