

## DAFTAR PUSTAKA

- Annur, Cindy Mutia. "Ada 204,7 Juta Pengguna Internet Di Indonesia Awal 2022". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>, diakses pada 24 Januari 2023 pukul 11.00 WIB
- Aryatiningrum, Salsabila Wulandari dan Athiyah Isna Insyirah. 2020. Pengaruh Pemberian *Price Discount* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna *Online Marketplace*. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 8 No. 3.
- Ayu, Jihan Nur Rahmiilah. 2020. Efektifitas *Viral Marketing* Dalam Meningkatkan Niat dan Keputusan Pembelian Konsumen di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Informasi (MANOVA)*. Vol. 2 No. 1.
- Baskara, Indra Bayu. 2015. Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (Studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol. 5 No. 2.
- Belch, George E. dan Michael A. Belch. 2009. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective, Ninth Edition*. New York: McGraw Hill.
- Boentoro, Yenty dan Sinta Paramita. 2020. Komunikasi Pemasaran Viral Marketing (Studi Kasus Kopi Kwang Koan). *Jurnal Prologia*. Vol. 4 No. 1.
- Budhiarti, Ni Luh Putu dan Ni Nyoman Yulianthini. 2022. Pengaruh *Viral Marketing* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja *Online* pada Tokopedia di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*. Vol. 5 No. 2.
- Dawson, Sandi dan Minjeong Kim. 2009. External and internal trigger cues of impulse buying online. *Direct Marketing: An Internal Journal*. Vol. 3 No. 1.
- Devi, M. Renuka. 2015. Recent Trends in Viral Marketing and Its Transmission. *Indian Journal of Research*. Vol. 4 No. 7.

- Deviana D, Ni Putu Siska dan I.Gst Ayu Kt.Giantari. 2016. Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5 No. 8.
- Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. <https://febi.uinsatu.ac.id/berita/387-launching-prodi-baru-manajemen-bisnis-syariah-dan-manajemen-keuangan-syariah-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-islam-iain-tulungagung>. diakses 23 Februari 2023 pukul 11.30 WIB.
- Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. <https://febi.uinsatu.ac.id/fakultas/sejarah> diakses 23 Februari 2023 pukul 11.05 WIB.
- Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. <https://febi.uinsatu.ac.id/fakultas/visi-misi-atujuan> diakses 23 Februari 2023 pukul 12.20 WIB.
- Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. <https://febi.uinsatu.ac.id/jurusanprodi/manajemen-bisnis-syariah> diakses 23 Februari 2023 pukul 12.50 WIB.
- Febria, Mira Fujita, dkk. 2022. Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* (Studi Pada Pengguna *Marketplace* Shopee di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*. Vol. 4 No. 6.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gendall, Philip, dkk. 2006. Message Framing Effects on Price Discounting. *Journal of Product and Management*. Vol. 15 No. 7.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Glennardo, Yoshua. 2016. *Viral Marketing* Sebagai Media Pemasaran Sosial dalam Mendongkrak Kesadaran Masyarakat untuk Berperan Aktif dan

Bergabung dengan Organisasi Non Profit/Niarlaba. *Competence: Journal of Management Studies*. Vol. 10 No. 2.

Gunawan, Ce. 2020. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Sleman: Deepublish.

Hasim, Michael dan Retno Budi Lestari. 2022. Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, *E-WOM* dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap *Impulse Buying* di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Dana Palembang*. Vol. 12 No. 1.

Hidayat, Aziz Alimul. 2021. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. Surabaya: Health Book Publishing.

Himayati. 2008. *Explorasi Zahir Accounting*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Kapriani dan Ibrahim. 2022. Analisis Pengaruh Diskon dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Jasa Grab Food pada Masa Pandemi. *SEIKO: Journal of Management & Business*. Vol. 5 No. 2.

Kementerian Agama Republik Indonesia. 2015. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kusumasari, Indah Respati. 2022. Pengaruh *Flash Shale*, Diskon, dan Subsidi Gratis Ongkir Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Pengguna *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur). *Jurnal Bisnis Indonesia*. Vol. 13 No. 2.

- Lamb, Charles W, dkk. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfudz, Masyhuri. 2014. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius Media.
- Marysca, Gabriella. 2020. Perilaku Masyarakat Di Era Digital (Studi Di Desa Watutumou III Kecamatan Kalawat Kabupaten Minahasa Utara). *Angewandte Chemie International Edition*. Vol. 6 No. 92.
- Miranda, Yosy Cynthia. 2016. Kajian Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Impulse Buying Dalam Online Shopping. *Competence: Journal of Management Studies*. Vol. 10 No. 1.
- Monica, Vita dan Regina Bella Rosari. 2020. Pengguna Media Sosial Pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. *Jurnal Scriptura*. Vol. 9 No. 2.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Najwah, Jihan dan Amalia Nur Chasanah. 2022. Pengaruh *Viral Marketing*, *Online Consumer Reviews*, Harga dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia. *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)*. Vol. 5 No. 2.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2010. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ningrum, Seilvia Prasindhi dan Rudy P. Tobing. 2022. Pengaruh *Viral Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Intention* Produk *Skincare Brand Korea Selatan*. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 2 No. 4.
- Nurita, Aulia Rizki dan Rena Feri Wijayanti. 2021. Pengaruh Iklan dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 7 No. 2.
- Pratiwi, Dwi Indah, dkk. 2022. *Impact of Viral Marketing on Marketplace Purchase Decisions in Indonesia*. *BALANCE: Jurnal Ekonomi*. Vol. 18 No. 2.
- Putri, Fanny Rizqi Cahya dan Yessy Artanti. 2022. Pembelian Impulsif pada *Marketplace*: Pengaruh *Personality*, *Price Discount* dan Media Sosial.

*SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan. Vol. 1 No. 5.*

- Razali, Geofakta, dkk. 2022. Pengaruh Promosi Diskon dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *CITIZEN: Jurnal ilmiah Multidisiplin Indonesia. Vol. 2 No. 3.*
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen.* Yogyakarta: Deepublish.
- Rizaty, Monavia Ayu. “Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua Di Dunia”, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>, diakses pada 29 Januari 2023 pukul 13.00 WIB.
- Sadiyah, Siti. “Pantau Persiapan Prodi Baru Pariwisata Syariah”, <https://dimensipers.com/2020/03/23/pantau-persiapan-prodi-baru-pariwisata-syariah/>, diakses 23 Februari pukul 11.40 WIB.
- Santosa, Budi Purbayu dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Santoso, Singgih. 2006. *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI Menggunakan SPSS Untuk Statistik Parametrik.* Jakarta: Elex Media Komputindi.
- Sari, Ratna Kartika. 2019. *Viral Marketing: Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran.* *CERMIN: Jurnal Penelitian.* Vol. 3 No. 2.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior (10<sup>th</sup> ed).* New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Silviah, Siti, dkk. 2022. Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Online Pada E-Marketplace di Indonesia. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.* Vol. 7 No. 6.
- Siregar, Syofiyon. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS.* Jakarta: Kencana.
- Sofiani, Iin dan Andi Iwan Nurhidayat. 2019. Rancang Bangun Aplikasi E-Marketplace Hasil Pertanian Berbasis Website Dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Jurnal Manajemen Informatika.* Vol. 10 No. 1.

- Stern, Hawkins. 1962. The Significance of Impulse Buying Today. *Journal of Marketing*. Vol. 26 No. 2.
- Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Sugian, Syahu. 2006. *Kamus Manajemen Mutu*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Applikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.
- Suryabrata, Sumadi. 2004. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Timotius, Kris H. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Teori Kepuasan Pelanggan Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. <https://uinsatu.ac.id/berita/1554-iain-tulungagung-berubah-bentuk-menjadi-uin-sayyid-ali-rahmatullah-tulungagung>, diakses 23 Februari pukul 12.05 WIB.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Umar, Husein. 2014. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Verplanken, Bas dan Astrid Herabadi. 2001. Individual Differences in Impulse Buying Tendency: Feeling and no Thinking. *European Journal of Personality*. Vol. 15 No. 1.
- Wijoyo, Hadion, dkk. 2020. *Generasi Z Dan Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: Pena Persada.
- Yoga, Putu Sedana dan Komang Ary Pratiwi. 2022. Pengaruh Citra Merek dan *Price Discount* Terhadap Minat Beli Konsumen di Tokopedia. *Widya Armita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. Vol. 2 No. 2.
- Yoga, Salman. 2018. Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Al-Bayan*. Vol. 24 No. 1.
- Yustiani, Rini dan Rio Yustanto. 2017. Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*. Vol. 6 No. 2.
- Zulfa, Ni'matuz. 2022. *Pengaruh Viral Marketing dan Diskon Harga terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Marketplace Shopee ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung*. Tulungagung: Skripsi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung