

DAFTAR PUSTAKA

- Aditria, Donan. “Pengaruh Brand Image, E-Wom Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan.” *Technomedia Journal (TMJ)* 8, no. 1 (2023). <https://ijc.ilearning.co/index.php/TMJ/article/download/2001/711/6480>.
- Adiwidjaja, Adrian Junio. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Pembelian Sepatu Converse.” *AGORA* 5, no. 3 (2017). <https://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimpai/article/view/1845>.
- Afkarina, Izzah. “Pengaruh Viral Marketing, Quality Product Dan Brand Experience Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Glad2Glow.” *Jurnal Riset Manajemen* 13, no. 1 (2024). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24845>.
- Agustianingsih, Luluk. “Pengaruh Promosi, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Pada Layanan Shopee Food Di D.I Yogyakarta.” *Cakrawangsa Bisnis* 4, no. 2 (2023). <https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/download/451/197>.
- Andora, Marisa. “Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee.” *Manajerial* 20, no. 2 (2021). <http://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/>.

Anggraeni, Hayu. “Pengaruh Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada Toko Trend Hijab Malang.” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9, no. 1 (2023). <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/570>.

Anggreni, Dhonna. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Edited by Eka Diah Kartiningrum. 1st ed. Mojokerto: STIKes Majapahit Mojokerto, 2022. <https://ejournal.stikesmajapahit.ac.id/index.php/EBook/article/view/806>.

Araffah, M. Riszky. “Hubungan Motivasi Kerja Dengan Produktivitas Pegawai Pada Kantor Setda Kabupaten Bima.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, no. 2 (2020). <https://journal.universitasbumigora.ac.id/index.php/target/article/download/747/630/>.

Ayu, Jihan Nur Rahmiilah. “Efektifitas Viral Marketing Dalam Meningkatkan Niat Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital.” *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 2, no. 1 (2019). <https://jurnalfebi.uinsa.ac.id/index.php/MANOVA/article/view/353>.

Christalisana, Chandra. “Pengaruh Pengalaman Dan Karakter Sumber Daya Manusia Konsultan Manajemen Konstruksi Terhadap Kualitas Pekerjaan Pada Proyek Di Kabupaten Pandeglang.” *Jurnal Fondasi* 7, no. 1 (2018). <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jft/article/view/3305>.

- Darmayanti, Ni Putu Devi. "Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 2, no. 1 (2022).
<https://core.ac.uk/download/pdf/542639108.pdf>.
- Devie Fenolychia. "Pengaruh Customer Review Dan Influencer Endorsement Terhadap Purchase Intention Pada Produk The Originote Dengan Trust Sebagai Variabel Moderasi." *Journal of Management* 7, no. 2 (2024).
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/download/6619/4460>.
- Dewi, Febriana Eka. "Pengaruh Online Customer Dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee." *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* 1, no. 2 (2022).
<https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/download/528/2436>.
- Dewi, Rosmala. "Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bina Buana Semesta." *JEBI) Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia* 16, no. 1 (2021).
<https://jurnal.stiebi.ac.id/index.php/Jebi/article/view/193>.
- Fenti Hikmawati. *Metodologi Penelitian*. Edited by Octiviena. 1st ed. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, 2017.
[https://etheses.uinsgd.ac.id/31676/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://etheses.uinsgd.ac.id/31676/1/Metodologi%20Penelitian.pdf).
- Fitriya, Nur. "Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Indomie

Di Kota Langsa.” *jurnal manajemen akuntansi* 2, no. 4 (2022).
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/article/download/3756/2897>.

Ginting, Nazla Maharani. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Store Urban Traffic Medan.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 3, no. 1 (2022).
<https://journal.utnd.ac.id/index.php/value/article/download/381/245>.

GS, Achmad Daengs. “Peran Timelimenes Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction, Customer Loyalty Pt. Jne.” *Jurnal Baruna Horizon* 5, no. 1 (2022).
<https://jurnal.stiamak.ac.id/index.php/jbh/article/view/71>.

Gultom, Yosafat Yeduhardy. “Analisis Konteks Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Dunia Pendidikan.” *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* 8, no. 6 (2024).
<https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jikm/article/view/3413>.

Hadiyah, Dinda Tri. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Minuman Vitamin C (Studi Kasus Pada Produk You C 1000 Di Kota Samarinda).” *Ekonomia* 9, no. 3 (2020).
<https://media.neliti.com/media/publications/386405-none-0f23b336.pdf>.

Hinggo, Rennie Agustina Hichmaed Tachta. “Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan

Pembelian Produk Erigo.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA* 2, no. 1 (2023).
<https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/851>.

Irnawati. “Pengaruh Lifestyle Dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Scraf Produk Buttons craves Di Kabupaten Kuningan.” *Journal on Education* 6, no. 01 (2023).
<https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/4718>.

Jenita, Ni Kadek Saras. “Pengaruh Job Description, Sistem Kerja Dan Pelatihan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Pada Dinas Sosial Kabupaten Gianyar.” *Jurnal Emas* 4, no. 1 (2023).
<https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/6109>.

Lilis Kayawati, Esa Kurnia. “Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah.” *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)* 3, no. 3 (2021): 41. <https://www.mandycmm.org/index.php/eabmij/article/download/81/108/279>.

Linawati, Eka Happy. “Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembeliann (Studi Kasus Gerai Mixue Gayungsari).” *Prosiding Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian* 5, no. 5 (2023).
<https://snhrp.unipasby.ac.id/prosiding/index.php/snhrp/article/view/771>.

Manik, Tasya Sartika Br. “Pengaruh Viral Marketing Dan Brand Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik MS Glow.” *Prosiding Konferensi Nasional Social &*

Engineering Polmed (KONSEP) 3, no. 1 (2022).
<https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/issue/view/53>

Muhajirin. “Pendekatan Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Tahapan Penelitian.” *Journal Genta Mulia* 15, no. 1 (2024).
<https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/download/903/592/1563>.

Mukuan, Danny D.S. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starbucks Manado Town Square.” *Productivity* 4, no. 1 (2023).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/download/46638/41640/106684>.

Munafi, Adinda Talitha Syahda. “Pengaruh Review Customer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik.” *Jurnal Potensial* 4, no. 1 (2025).
<https://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial/article/download/1008/752/2166>.

Najwah, Jihan. “Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia.” *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)* 5, no. 2 (2022).
<https://ejournal.undaris.ac.id/index.php/biceser/article/download/343/247>.

Nasution, Leni Masnidar. “Statistik Deskriptif.” *Jurnal Hikmah* 14, no. 1 (2017). <https://e-jurnal.staisumatera->

medan.ac.id/index.php/hikmah/article/download/16/13/62.

Nugraha, Jefri Putri. *Teori Perilaku Konsumen*. Edited by Ahmad Jibril. pekalongan: PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI) Jl. Raya Wangandowo, Bojong Pekalongan, Jawa Tengah 51156 Telp. (0285) 435833 Hak, 2021.
https://repository.usd.ac.id/43512/1/7750_Ebook+Teori+Perilaku+Konsumen.pdf.

Nurchayono, Bagus. “Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion.” *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018).
<https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/12026>.

Pandiangan, Kasman. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021).
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>.

Pratama, Carolina Algista Zahra. “Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 1 (2022).
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>.

Pratama, Firms Dafa Galih. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan

Perusahaan Yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di ASRRAT Dan SRA Tahun 2015-2020).” *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology* 17, no. 1 (2022).
<https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/7501>.

Putri, Anisa Aliefia. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2Glow.” *Neraca Manajemen, Ekonomi* 12, no. 7 (2023).
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/9087>.

Rafifa, Hasna. “Pengaruh Buzz Marketing, Price, Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lip Tint Jolly Tint Pinkroulette Di Kalangan Mahasiswa.” *Jurnal Promosi* 12, no. 1 (2024).
<https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/10422>.

Rahma, Nur Lutfiah Yulia. “Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)* 12, no. 2 (2024).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/download/63571/48316>.

Ramadhana, Risya. “Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace.” *prospek* 1, no. 1

(2022).

<https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/prospek/article/view/1741>

Rinaldi. “The Influence of Brand Trust and Prices on Prendjak Tea Bug Purchase Decision.” *Jurnal Riset Manajemen Indonesia (JRMI)* 4, no. 2 (2022).
<https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi%0AThe>.

Safitri, Praba setiya. “Pengaruh Viral Marketing, Affiliate Marketing, Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Shopee Indonesia” (2023).
<http://repositori.unimma.ac.id/4065/>.

Sari, Ratna Kartika. “Viral Marketing : Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran.” *Jurnal Penelitian* 3, no. 2 (2019).
https://unars.ac.id/ojs/index.php/cermin_unars/article/view/488.

Sasono, Heri. “Analisis Faktor Fundamental Yang Mempengaruhi Return Perusahaan Ritel.” *Cemerlang : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis* 2, no. 3 (2022).
<https://prin.or.id/index.php/cemerlang/article/view/247/265>.

Sehangunaung, Greissela A. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11, no. 3 (2023).
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>.

Setiawan, Muhammad Haikal. “Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace.” *Jurnal Infortech* 4, no. 2 (2022). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/infortech139>.

Setiawanti, Saharani. “Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote.” *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.2121>.

Sigar, Doddy. “Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pda Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat.” *Jurnal EMBA* 9, no. 4 (2021). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/36622>.

Siti Lamilatul Rofiah, A. Tarmizi, and Mohammad Orinaldi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 4, no. 1 (2024): 163–183. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/1025>.

Slamet, Rokhmad. “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17, no. 2 (2022). <https://www.journal.stimaimmi.ac.id/index.php/aliansi/article/download/428/pdf>.

Solikhah. “Viral Marketing Ditinjau Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Jolsic* 1, no. 2 (2019): 138–154.

<https://jurnal.uns.ac.id/JoLSIC/article/view/50166>.

Surahmah. “Pengaruh Online Customer Rating, Word of Mouth Dan Iklan E-Commerce Terhadap Minat Beli Pakaian Pada Marketplace TikTok Dalam Perspektif Islam.” *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices* 3, no. 1 (2024): 82–97.
<https://journal.stai-ypbwi.ac.id/index.php/JIESP/article/view/253>.

Suriani, Nidia. “Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan.” *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023).
<https://media.neliti.com/media/publications/579031-konsep-populasi-dan-sampling-serta-pemil-3b3cf5d2.pdf>.

Wachid, Ahmad Iqbal. “Pengaruh Viral Marketing, Kepercayaan Dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Electronic Commerce Yang Terdaftar Pada Indonesian E-Commerce Association Di Gresik.” *Jurnal Mahasiswa Manajemen* 2, no. 02 (March 18, 2021).
<https://journal.umg.ac.id/index.php/mahasiswamanajemen/article/view/2979>.

Yanti, Rini Fitri. “Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Marketplace Blibli Di Kota Padang.” *Seminar Nasional Riset Ekonomi dan Bisnis 2022* 1, no. 1 (2022).
<https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/Semnast/article/view/1516>.

Zed, Etty Zuliawati. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online Di E-Commerce Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang." *Jurnal Mirai Management* 8, no. 2 (2023). <https://journal.steamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/5246>.