

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Purmono, B. B. L., & Seltiawan, H. "Online Customer Review dan Content Marketing terhadap Impulse Buying Produk Skincare Glad2Glow di Platform Tiktok dengan Influencer sebagai Variabel Moderasi", *Journal of Economics*, 2025, Vol. 3, No. 1.
- Aji, N. P., Lestari, R., & Suhatmi, E. C. *Pemasaran Manajemen di Era Digital*. 2024.
- Akarina, I., dkk. "Pengaruh Viral Marketing, Quality Produk, dan Brand Experience terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Glad2Glow (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen FEB Universitas Islam Malang)", *E-Jurnal Riset Manajemen*, 2020, Vol. 13, No. 1.
- Alinda, D., Nurfazri, R., Fadillah, Y. T., & Rakhelia, S. *Strategi Manajemen Pemasaran di Era Digital*. 2024.
- Allya, A., & Tobing, R. P. "Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Gen Z pada Produk Smartphone Samsung di Kedoya Utara", *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2025, Vol. 4, No. 1, 263–284. <https://doi.org/10.58192/profit.v4i1.3000>
- Ansari, S., dkk. "Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision", *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2019, Vol. 2, 5–10. <https://doi.org/10.31580/jpvai.v2i2.896>
- Arlianti, Ashilah Putri, Anggraeni, Nafa, Nainggolan, Benhart, dan Batubara, Rizki Wulanita. "Pengaruh Brand Love Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Glad2Glow (G2G) Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswi STIE Bina Karya Kota Tebing Tinggi)." *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi* 4, no. 1 (2025): 171–182. <https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JMAE/index>.
- Badan Pusat Statistik. *Jumlah Mahasiswa dan Lulusan Menurut Jurusan dan Jenis Kelamin di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Tahun Ajaran 2022/2023 Kabupaten Tulungagung*. 2025. <https://share.google/IaQ7x1mU1UPScell14a>
- Bukit, E. F., Femmy, F., & Mayangsari, F. D. "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Skintific", *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 2022, Vol. 22, No. 2, 323–332. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.3361>
- Christoper, & Santi. "Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace", *Jurnal Kajian Bisnis*, 2022, Vol. 10, No. 1, 45–58.
- Davis, F. D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, 1989, Vol. 13, No. 3, 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- El-Haq, S. N., & Nurtjahjani, F. "Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness pada Produk Somethinc di Tiktok Shop", 2023.

- Fajar, D. L., & Azizah, J. N. “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Cilegon”, *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 2023, Vol. 6, No. 1. <https://doi.org/10.7454/jabt.v6i1.1094>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. “Pengaruh Influencer Marketing dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet by Najla”, *Prosiding SENAPENMAS*, 2021, 1209. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15157>
- Fatimah, A. I., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. “Pengaruh Citra Merek dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Glad2Glow di TikTok”, *JELMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 2025, Vol. 11, No. 3, 1649–1658. <https://doi.org/10.35870/jelmsi.v11i3.4187>
- Gunawan, K. P. P., & Rubiyanti, R. N. “Pengaruh Kepercayaan Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Glad2Glow di Kota Bandung”, 2024.
- Hadihah, D. T., dkk. “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Minuman Vitamin C You C 1000 di Kota Samarinda”, *Ekonomia*, 2020, Vol. 9, No. 3.
- Hakim, H., Senjaya, E. S., & Tahir, M. “Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Skintific”, *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 2024, Vol. 7, No. 5, 57–63. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11245>
- Hikmawati, F. *Metodologi Penelitian*. Bandung : PT Raja Grafindo Persada. 2017.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. “Analisis Strategi Digital Marketing di Perusahaan Cipta Grafika”, *Jurnal Ekonomina*, 2023, Vol. 2, No. 8.
- Juniar, A. M., Muzakkir, A., & Umar, H. “Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Platform E-Commerce”, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2025.
- Keller, K. L. “Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity”, *Journal of Marketing*, 1993, Vol. 57, No. 1, 1–22.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*. New York : Pearson Education. 2016.
- Latulinsky, C., Lukitaningsih, A., & Utami, L. T. H. “Pengaruh Viral Marketing dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Purchase Intention sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (MELA)*, 2025, Vol. 9, No. 1, 1884–1912. <https://doi.org/10.31955/mela.v9i1.5294>
- Linawati, E. H. “Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Gerai Mixue Gayungsari Surabaya)”, 2023.
- Machali, I. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. 2021.
- Mardiatmoko, G. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda”, *Bareleng: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 2020, Vol. 14, No. 3.

- Nurchayono, B., & Riskayanto. "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktivitas Word of Mouth (WOM) pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion", *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2018, Vol. 3, No. 1.
- Pandowo, A., dkk. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Basya Media Utama. 2023.
- Pangestu, & Ayu, N. "Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion", *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2020, Vol. 8, No. 2, 123–132.
- Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. "Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia", *Journal Economic and Business*, 2023, Vol. 2, No. 2.
- Pratama, C. A. Z., dkk. "Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2022, Vol. 11, No. 1.
- Putri Nabila, Ismunandar, & Ovriyadin. "Pengaruh Viral Marketing dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Nabila Fashion", *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2024, Vol. 2, No. 3, 1–24. <https://doi.org/10.59841/ellellec.v2i3.1576>
- Rachmad, A. S. Y. E. R., dkk. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta : PT Sonpedia Publishing Indonesia. 2023.
- Rahma. "Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow", *Jurnal Manajemen*, 2024, Vol. 12, No. 2.
- Rahma, N. L. Y., & Sudarwanto, T. "Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow", *Jurnal Manajemen*, 2024, Vol. 12, No. 2.
- Ramadayanti, F. "Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk", *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 2019, Vol. 6, No. 1.
- Reken, F., Erdawati, E., Rahayu, S., Apriansyah, R., & Herman, H. *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. 2024.
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Yogyakarta : CV Adanu Abimata. 2023.
- Keller, K. L. "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity", *Journal of Marketing*, 1993, Vol. 57, No. 1, 1–22.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*. New York : Pearson Education. 2016.
- Latulinsky, C., Lukitaningsih, A., & Utami, L. T. H. "Pengaruh Viral Marketing dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Purchase Intention sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (MELA)*, 2025, Vol. 9, No. 1, 1884–1912. <https://doi.org/10.31955/mela.v9i1.5294>
- Linawati, E. H. "Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Gerai Mixue Gayungsari Surabaya)", 2023.
- Machali, I. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. 2021.

- Mardiatmoko, G. "Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda", *Bareleng: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 2020, Vol. 14, No. 3.
- Nurchayono, B., & Riskayanto. "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktivitas Word of Mouth (WOM) pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion", *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 2018, Vol. 3, No. 1.
- Pandowo, A., dkk. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Basya Media Utama. 2023.
- Pangestu, & Ayu, N. "Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion", *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2020, Vol. 8, No. 2, 123–132.
- Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. "Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia", *Journal Economic and Business*, 2023, Vol. 2, No. 2.
- Pratama, Carolina Algista Zahra, Dewi, Reni Shinta, dan Wijayanto, Andi. *Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 11, No. 1, 2022. e-ISSN 2746-1297.
- Putri, Fatria Eka, dan Silvianita, Anita. "Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gnj Store di Jakarta." *Jurnal E-Bis: Ekonomi-Bisnis* 8, no. 1 (2024): 310–320. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i1.1623>.
- Putri Nabila, Ismunandar, & Ovriyadin. "Pengaruh Viral Marketing dan Live Streaming terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Nabila Fashion", *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2024, Vol. 2, No. 3, 1–24. <https://doi.org/10.59841/ellelncel.v2i3.1576>
- Rachmad, A. S. Y. E. R., dkk. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta : PT Sonpedia Publishing Indonesia. 2023.
- Rahma. "Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow", *Jurnal Manajemen*, 2024, Vol. 12, No. 2.
- Rahma, N. L. Y., & Sudarwanto, T. "Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow", *Jurnal Manajemen*, 2024, Vol. 12, No. 2.
- Ramadayanti, F. "Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk", *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 2019, Vol. 6, No. 1.
- Razak, Mohamad Ichlasul, Taan, Hapsawati, dan Niode, Idris Yanto. "Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Brand Awareness pada McDonald's Gorontalo." *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah* 1, no. 6 (2024): 291–304. <https://manggalajournal.org/index.php/cendekia>. DOI: 10.62335.
- Reken, F., Erdawati, E., Rahayu, S., Apriansyah, R., & Herman, H. *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. 2024.
- Rifkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Yogyakarta : CV Adanu Abimata. 2023.
- Sahir, S. H. *Metodologi Penelitian*. Medan : KBM Indonesia. 2021.

- Salsabila, B. T. “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening”, *Blisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 2025, Vol. 7, No. 3, 633–649. <https://doi.org/10.36815/blisman.v7i3.3728>
- Sari, K., dkk. “Analysis of Digital Marketing Strategy in the Era of the COVID-19”, *Quantitative Economics and Management Studies*, 2022, Vol. 3, No. 2, 245–255. <https://doi.org/10.35877/454RI.gems898>
- Sari, W. P., & Paramita, S. “Viral Marketing di Media Sosial sebagai Gaya Baru Komunikasi Pemasaran”, *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2022, Vol. 6, No. 2.
- Sari, W., & Nugroho, A. “Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Online di Indonesia”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2018, Vol. 10, No. 2, 150–165.
- Satria, E. “Keputusan Pembelian Ditinjau dari Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk (Studi Kasus pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau)”, *E-Journal Al-Dzahab*, 2023, Vol. 4, No. 2.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. *Consumer Behavior*. Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall. 2010.
- Septiani, L., & Warganegara, T. L. P. “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Motel-Motel di Bandar Lampung”, *Co-Value: Jurnal Ekonomi Koperasi dan Kewirausahaan*, 2025, Vol. 15, No. 9. <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i9.5098>
- Simamora, B. “Skala Likert, Bias Penggunaan, dan Jalan Keluarnya”, *Jurnal Manajemen*, 2022, Vol. 12, No. 1, 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sigar, D., Soepono, D., & Tampenawas, J. “The Influence of Brand Ambassador, Viral Marketing, and Brand Trust on the Purchase Decision of Nike Shoes”, *Jurnal EMBA*, 2021, Vol. 9, No. 2.
- Silalahi, Heni Anjelica, Sagala, Juliana Br, Lumbangaol, Septiana, dan Tambunan, Toman Sony. “Pengaruh Social Media dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Glad2Glow Pada MissGlam.” *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital* 2, no. 1 (2025): 95–110. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v2i1.417>.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. “Validitas dan Reliabilitas terhadap Instrumen Kepuasan Kerja”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2022, Vol. 17, No. 2.
- Soesana, A., dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Yayasan Kita Menulis. 2023.
- Soviyanti, E. *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru : LPPM Unilak. 2024.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. 2019.
- Suyono, dkk. “Pengaruh Celebrity Endorsement, Social Media Marketing, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Somethinc”, *KURS: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 2024, Vol. 9, No. 2.

- Tarigan, F. A., Roblin, R., & Angeline, S. “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Aqua di Desa Cinta Rakyat”, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (MELA)*, 2024, Vol. 8, No. 2, 326–336. <https://doi.org/10.31955/mela.v8i2.4031>
- Taurino, Nicholas, dan Handoyo, Sarwo Edy. “Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness serta Dampaknya pada Purchase Decision.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (Januari 2023): 176–186.
- Tusamma, S. B. “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening”, *Blisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 2025, Vol. 7, No. 3, 633–649.
- Valentina, A., Rizal, M., & Hardiningtyas, R. T. “Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Media Sosial Tiktok”, *E-Journal Riset Manajemen*, 2023, Vol. 12, No. 2.
- Widiya, Tanti, Savitri, Citra, dan Faddila, Syifa Pramudita. “The Role of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth (E-WOM) in Improving Brand Image and Moisturizer Purchase Decisions Glad2Glow.” *International Journal of Economics and Management Research* 4, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i2.351>.
- Yunita, P., & Indriyatni, L. “Pengaruh Brand Image, Daya Tarik Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang)”, 2023.
- Zahra, Shafa Auliya. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Skincare Glad2Glow (Studi pada Mahasiswi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2021-2024 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)*. Tugas Akhir (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 2025), dibimbing oleh Keny Rahmawati. Diakses 24 Juli 2025. <http://eprints.upnyk.ac.id/id/eprint/43244>.