

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. 2002. *Viral marketing Edisi I*. Yogyakarta. ANDI
- Dharmmesta B. S dan Handoko T. H. 2011. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Dwi Prayitno. 2008. *Mandiri Belajar SPSS.*, Jakarta :Gramedia Pustaka Utama hlm. 16
- Iduozee, E. E. (2015). The Credibility of Online Consumer Reviews. *School of Management, UNIVERSITY OF TAMPERE*
- Kismono, G. 2011. *Bisnis Pengantar*. Edisi Kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gery. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT.Malanan Jaya Cermelang.
- Kotler Philip. 2006, *Marketing Management Millenium*, Edition Prentice Hall International New Jersey.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008.*Prinsip – prinsip Pemasaran Jilid 1* . Jakarta: Erlangga
- Keller & Kotler,2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Keller &Kotler,2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Erlangga. PT Gelora Aksara Pratama
- Kotler,P. & Keller, K.L, 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Armstrong,2012. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Penertbit Erlangga
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,
- Ghozali,2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat*: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali Imam 2013. *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hlm 99
- Gunawan Imam, “*Pengantar Statistika Infernsial*”, Jakarta: PT Grafindo Persada, (2016) hlm 13
- Hadya, Dwi,2020. “*Jumlah Peengunjung Aplikasi Shopee Shopee situs Bulanan*” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/engunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 06 Juli 2020
- Husein Umar,2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, Jakarta: Rajawali
- Iduozee, E. E. (2015). *The Credibility of Online Consumer Reviews. School of Management, UNIVERSITY OF TAMPERE*.
- Mullins Jhon W, C. Orville, Jean-Claude Larreche, dan Harper W Walker Boyd. 2005. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Singgih Santoso,2006. *Menggunakan SPSS untuk Statistika Parametrik*, Jakarta: PT. Raja Elex Media Komputindo

- Skrob, John. Robert. 2005. *Open Source and Viral Marketing*. Vienna. <http://www.fh.kufstein.ac.at>.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* : Bandung: Alfabeta,
- Sugiyon, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Syofian Siregar, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group 46
- Sarmanu, Metodologi Penelitian kuantitatif, kualitatif dan statistika, Surabaya: Airlangga
- Wasilah, Hj. Eli Siti. 2020 “Mengapa harus santri” <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/humaniora/pr-35855841/hari-santri-nasional-mengapa-harus-santri-berikut-pemikiran-para-ahli#:> diakses pada 21 Oktober 2020, 14:06 WIB

## JURNAL

- Asri Nugrahani dan Widiartanto, 2018. *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. (Volume1; 1-3)
- Almana, A. M. (2013). *The impact of electronic word of mouth on consumers purchasing intention*. *INTERNATIONAL JOURNAL OF COMPUTER APPLICATIONS*, 82, 23–31
- Budi Ugeng dan Febriyanti 2020. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebenito Group tangerah Selatan*. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 3, No.1, Januari 2020
- Cucu dan Sulis, 2019. *Pengaruh Online Customer Review dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Customer Trust sebagai Intervening (Studi Pada Pengguna Instagram di Kecamatan Kebumen)* *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol. 1.
- Dinawan, M. Rhendria, 2010. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Study Kasus pada Yamaha Mio PT. Harpindo Jaya Semarang)*. *Tesis, Ekonomi S-2, Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Eka dan Maya, 2019. *pengaruh Viral Marketing dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Manajemen Bisnis Syari'ah IAIN Kudus)*, Undergraduate thesis, IAIN KUDUS
- Dzulqarnain. Iskandar 2019. *Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee*. Skripsi. Universitas JEMBER.
- Erlisa, 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan flash Sale Shopee Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya .
- Fandila Santi, 2019. *Pengaruh Viral Marketing, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan*

- Pembelian Online ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Aceh.*
- Guo,Wang, and Yi Wu,2018. *Emotion as a Signal of Product Quality: Exploring Its Effects on Purchase Decisions In Online Customer Review*. International Conference on Information Resources Management (CONF-IRM). Tianjin University.
- Jamaludin,Arifin dan Hidayat,2015. *Pengaruh Promosi Online dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pelanggan Aryka Shop di Kota Malang)*. JURNAL Universitas Brawijaya Malang.
- Lam'ah, Herawati dan Ammari,2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiwa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu*. JURNAL. Universitas Labuhan Batu
- Laili Nur,2018. *Pengaruh Viral Marketing, Online Customer review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Volume 06Nomor 03Tahun 2018
- Launtu Ansir,2021. *The Effect of Price and Product Quality on Online Purchasing Decision Empirical Study in Lazada*. International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre). University of Merdeka Malang, Indonesia.
- Paramytha, Firdiansjah, T. Darsono 202. *The Effect of Non-Celebrity Endorsers and Viral Marketing on Purchase Decisions through Brand Images of Mytha Donuts Fruit Products in Malang*.International Journal of Advance Study and Research Work (2581-5997)/ Volume 3/Issue 2/February 2020
- Tonce, Firdiansjah dan Tjahjo, 2020. *The Effect of Price and Product Quality on Online Purchasing Decision Empirical Study in Lazada*. International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre). Volume 6, Issue 3 March - 2020
- Yugi Setyarko.2016.*Analisi Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Kemudahan Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online*. JURNAL. Universitas Budi Luhur Jakarta.Vol. 5 No. 2 Oktober 2016
- Zhao, X. (Roy), Wang, L., Guo, X., & Law, R. (2015). The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.