

Daftar Pustaka

- Abdullah, T. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Adiba, S. T., Suroso, A., & Afif, N. C. (2020). The Effect of Celebrity Endorsement on Brand Image in Determining Purchase Intention. *Journal of Accounting, Business and Management (JABM)*. <https://doi.org/10.31966/jabminternational.v27i2.700>
- Algiffary, M. A., Wahab, Z., Shihab, M. S., & Widiyanti, M. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Online Advertising dan Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Tokopedia. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 16–31. <https://doi.org/10.25077/amar.4.2.16-31.2020>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Anwar, S. M., & Rizkiyah Hasbi, A. (2023). The effect of viral marketing, promotions and flash sales on the purchase intention online shopping z generation in marketplace tiktok shop. *Journal Homepage: Www.Enrichment.Iocspublisher.Org Publishedby: Instiute of Computer Science (IOCS) Enrichment: Journal of Management Journal*, 12(6). www.enrichment.iocspublisher.org
- Catharina Clara. (2023). Celebrity Endorsements And Its Brand Love On Purchase Intention At E-Marketplace. *Jurnal Manajemen*, 27(1), 41–61. <https://doi.org/10.24912/jm.v27i1.1078>
- Distianasari, N. (2023) Pengaruh Harga, Viral Marketing, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. Kata Kunci: Price, Viral Marketing, Online Customer Review, Purchase Decision.
- Durianto, Sugiarto, Widjaja, & Supratikno. (2003). *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Filieri, R., & McLeay, F. (2013). E-WOM and Accommodation: An Analysis of the Factors That Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews. *Journal of Travel Research*, 44-57.
- Gozhali, I. (2013). *Analisis Multivariate Program Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal EMABI: Ekonomi Dan Bisnis*. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Harli, I. I., Mutasowifin, A., & Andrianto, M. S. (2021). Pengaruh Online Consumer Review dan Rating terhadap Minat Beli Produk Kesehatan pada EMarketplace Shopee Selama Masa Pandemi COVID-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 558–572. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.205>
- Hawker, David C., Peter R. Dickson, and Michael R. Osman. (2013). *Consumer Behavior. 6th ed.* South Melbourne, VIC: Cengage Learning.
- Ifeanyichukwu, C. D. (2016). Effect of Celebrity Endorsements on Consumers Purchase Decision in Nigeria. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 3(9), 103. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v3i9.261>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2011). *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Elsevier, 53(1), 59-69
- Karisma, N., & Hanifah, R. N. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awerness terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Karawang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.830>
- Khammash, Marv. (2008). *Electronic Word-of-Mouth: Antecedents of Reading Customer Reviews in On-Line Opinion Platforms: A Quantitative Study From the UK Market. Germany*.
- Kotler, P and Amstrong G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Kotler, P., Armstrong, G. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin, Keller. (2018). *By Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Lavionita, M. N. E. (2015). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk Elektronik Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Reputasi Perusahaan Sebagai Variabel Moderator Pada Ud. Sabar Menanti Di Gerung Lombok Barat. *JMM UNRAM-Master Of Management Journal*, 4(1).
- Mehyar, H., Saeed, M., Al-Ja'afreh, H. B. A., & Al-Adaileh, R. (2020). The impact of electronic word of mouth on consumers purchasing intention. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*.

- Mokodompit, H. Y., Lopian, S., & ... (2022). ...Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada *Jurnal EMBA: Jurnal* <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/43393%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/43393/38189>
- Rahmawati, A. W., & Maharani, B. D. (2022). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. Pengaruh Celebrity Endorser , Brand Image , Online Customer Review Dan E-Trust Terhadap Keputusan Pembelian pada *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*. *Religion Education Social Laa Roiba Jurnal*. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i4>.
- Risma, O. :, Munte, N., Girsang, R., & Safitri, A. (2020). Pengaruh Online Consumer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Marketplace Shopee. *Jurnal Education and Development*, 8(3), 187–192. <https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/1910/996>
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Beli Produk Wardah Di Situs Belanja Online Shopee. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 927–944. <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i5.1179>
- Sari, I., Rinawati, T., & Rizkiana, C. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Dan Online Consumer Review (Ocr) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Solusi*. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i2.5147>
- Sarmis, N. (2020). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Konsumen Pada Desa Sialang Jaya. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 9(1), 81–84.
- Sekaran, Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta. Salemba Empat.
- Setyoparwati, I. C. (2019). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumenterhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Di Indonesia. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119>
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Salemba Empat.
- Shimp, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Alih bahasa oleh Revyani Sahrial dan Dyah Anikasari. Edisi Kelima *Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Sondakh, N. D., Tumbel, A. L., & Djenmy, W. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kokumi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.

- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan*. Cetakan Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono, D. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, D. T., & Nursiam. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Informasi, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui E-Commerce. *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen*.
- Sumarwan. Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suyono, A., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press
- Tjiptono, Fandi. 2008. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Widjaja, Y. R., & Alexandra, R. (2019). The Impact of Viral Marketing on Consumer Interest on Indihome Product. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*. <https://doi.org/10.31846/jae.v7i1.141>
- Wiludjeng, S., & Nurlela, T. S. (2013). “Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT “ X .” *Jurnal Ekonomi*