

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ali Hasan. 2010. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut Word of Mouth Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo
- Arifin, Ali. 2005. *Viral Marketing on Strategy*. Yogyakarta. Penerbit Andi,
- Chaffey, D. 2000. *E-Business and E-commerce Management Strategy, Implementation and Practice*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Juliandi, Azuar. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Medan: M2000.
- Kennedy, J., dan Soemanagara, D. 2007. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kertajaya, H. 2004. *On Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 14. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Amstrong, (2016): *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. 2012. *Principle of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Monle, L., dan Jhonson, C. 2007. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Richardson, M. P., & Bachman, E. 2004. *Viral Marketing dalam Seminggu*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rodakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Perilaku Konsumen*, Malang. Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, F. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Jurnal

- Agesti, Neri, Mohammad Sihab Ridwan, and Endah Budiarti. 2021. "Comparative Study of Post-Marriage Nationality Of Women in Legal Systems of Different Countries The Effect of Viral Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Trust on Purchase Decisions with Lifestyle as Intervening Variables in the Marketplace." *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* Volume 8(Issue 3): 496–

507.

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Arbaini, Pratiwi. 2020. "Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia." *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7(1): 25–33 .
- Ardianti, Asri Nugrahani, and M.AB Widiartanto. 2019. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*: 1–11.
- Artika dan Sasi. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.5, No 7 (Juli).
- Astuti, R, and A. P. Dewi. 2019. "THE INFLUENCE OF CONSUMER REVIEWS PRICES AND ONLINE ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS IN FASHION CATEGORY IN SHOPEE (CASE STUDY OF FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA) Rini." *International Conference proceeding* 2(1): 95–104.
- Dobele, A., Teleman D., & Beverland, M. 2014. E-Talking : Viral Marketing To Spread Brand Message. *Research Gate*, 1(1), 1–20.
- Filieri, R., 2014. What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), pp. 1261–1270.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2011. User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media. Elsevier, 53(1), 59–69.
- Laili Hidayati, Nur. 2018. "Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 6(3): 77–84.
- Mardiasih, Titik Sri. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *IqtishadEQUITY Jurnal MANAJEMEN*, 2(1).
- Melati, Riska Sari, and Renny Dwijayanti. 2020. "Pengaruh Harga Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8(2): 882–88.
- Mohammed, Eltaj Ali Mohammed. 2017. "Investigating Effects Of Viral Marketing On Consumer's Purchasing Decision." *British Journal of Marketing Studies* 5(4): 5.
- Mudambi, S.M., & Schuff, D. 2010. What Makes a Helpful Review? A Study of Customer Reviews on Amazon.com. *MIS Quarterly*. 34.1: 185–200.
- Pramono, Agung, Achyar Eldine, and Leny Muniroh. 2020. "Pengaruh Harga, Ulasan, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online." *Manager : Jurnal Ilmu manajemen* 3(3): 421.

- Purba, Rikki Suria. 2016. "Pengaruh Viral Marketing Melalui Aplikasi Line Terhadap Keputusan Pembelian." *e-proceeding of Applied Science* 2(2): 469–74.
- Siti Monawarah. 2017. Pengaruh Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh 2 Daun di Plaza Mulia Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis* 5(1): 205-216.
- Skrob, J. R. 2005. Open Source and Viral Marketing. *Vienna*, 1(1), 2–30.
- Sujawerni, Wiratna. 2015. SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta. Pustaka Baru.
- Urfana, M., & Sembiring, B. K. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan. *Media Informasi Manajemen*, 1(3), 1–10.
- Wiludjeng, Sri., dan Siti N, Tresna,. 2013. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT "X". *Proceeding Seminar Nasional dan Call for Papers Sancall 2013* ISBN: 978-979-636-147-2 Surakarta, 23 Maret 2013.
- Zhao, X., Liang, W, Xiao, G., and Rob, L., 2015. The influence of online reviews to online hotel booking intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol 27 no 6, 1343–1364.
- Zhu, F., and Zhang, X,. 2010. Impact of online consumer reviews on sales: The moderating rol of product and consumer characteristics. *Journal of Marketing*, vol 74 no 2, 133–148.

Skripsi

- Ananda, Silvia. 2019. "Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Berbasis Aplikasi Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Daulay, Nuraini. 2020. "Pengaruh Online Customer Review Dan Online Consumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Medan Labuhan)." Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Megawati, Nana. 2018. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Minat Pembelian pada Online Shop (Studi Kasus : Pelanggan Online Shop Lazada pada Mahasiswa Feb Unila)." Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Wiludjeng, S. 2006. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT "X". Bandung (ID): Universitas Widyatama.

Internet

Raharjo, Sahid. 2015. Cara Melakukan Uji T Parsial dalam Analisis Regresi dengan SPSS, Diakses pada 23 Agustus 2021. Tersedia pada :
<https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html>

Raharjo, Sahid. 2016. Cara Melakukan Uji F Simultan dalam Analisis Regresi. Diakses pada 23 Agustus. Tersedia pada :
<https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html>.

<https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/apji-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet> diakses pada 9 April 2021

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4957110/bagaimana-bisnis-tetap-jalan-di-tengah-corona> diakses pada 14 April 2021

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/10/tren-pengguna-e-commerce-2017-2023> diakses pada 28 Juni 2021

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce> diakses pada 23 Juli 2021

<https://ngurusduit.com/sejarah-shopee-dan-kesuksesannya-sebagai-marketplace/> diakses pada 25 Juli 2021

<https://sasanadigital.com/pilih-marketplace-atau-toko-online-sendiri-pahami-dulu-perbedaanya/> diakses pada 27 April 2021

<https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/3-hal-penting-ini-akan-buat-performa-tokomu-lebih-unggul-dan-raih-untung/> diakses 24 Juli 2021

<https://teknoia.com/dampak-covid-19-pada-bisnis-84dba2cc6727> diakses pada 17 April 2021

<https://tirto.id/hati-hati-dengan-ulasan-palsu-di-e-commerce-b8pZ> diakses pada 11 Juni 2021

<https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-marketplace/> diakses 3 Juni 2021

<https://www.jawapos.com/lifestyle/29/03/2020/korona-mewabah-masyarakat-beralih-ke-platform-belanja-online/> diakses 20 Juni 2021

<https://www.indotelko.com/read/1588893953/transaksi-shopee-covid-19> diakses 30 Juli 2021

<https://visimisi95.blogspot.com/2018/03/shopee-visi-dan-misi-e-commerce-shopee.html> diakses 20 Agustus 2021