

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, N., & Permana, B. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 594–605. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i2.2589>
- Anas, M., Muchson, M., Sugiono, S., & Rr. Forijati. (2021). Pengembangan kemampuan guru ekonomi di Kediri melalui kegiatan pelatihan asesmen kompetensi minimum (AKM). *Rengganis Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 48–57. <https://doi.org/10.29303/rengganis.v1i1.28>
- Anwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Azizah, R. C. N., Hendra, J., & Tumini, T. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Serum Wajah Implora (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Panca Marga). *JUMAD : Journal Management, Accounting, & Digital Business*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.51747/jumad.v2i1.1526>
- Diawati, P., Putri, R. R., Sugesti, H., Hakim, L., & Farizki, R. (2021). Pengaruh brand ambassador dan viral marketing terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen marketplace. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 7(4), 560. <https://doi.org/10.29210/020211245>
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. *Prosiding SENAPENMAS*, 346(2), 1209. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15157>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Ginting, Y. M., Chandra, T., Miran, I., & Yusriad, Y. (2023). Repurchase intention of e-commerce customers in Indonesia: An overview of the effect of e-service quality, e-word of mouth, customer trust, and customer satisfaction mediation. *International Journal of Data and Network Science*. <https://doi.org/10.52677/j.ijdns.2022.10.001>
- Hapsah, S., Siregar, N. A., & Hendry, R. S. M. (2024). Analisis Keputusan Pembelian Berdasarkan Kepercayaan Konsumen, Cita Rasa, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pada Lega Coffee & Resto Di Rantauprapat. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 4170–4179.
- Nofrizal, N., Sucherly, S., Juju, U., Khairani, Z., Soviyanti, E., Hadiyati, H., & N, A. (2023). Can Product Quality Improve Purchase Decisions in E-Commerce and Social Media through Customer Loyalty and Trust? *Binus Business Review*, 14(2), 147–161. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i2.8800>
- Prabowo, A. J., & Harsoyo, T. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Digital Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia. *Citaconomia: Economic and Business Studies*, 2(2), 60–80.
- Sandi, K., Thoyib, S., & Christianingrum, C. (2021). Pengaruh Viral Marketing dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung Angkatan 2016-2018. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 17–26. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1825>

- Sari, A. C. M., & Lestariningsih, M. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI SHOPEE (STUDI PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(5).
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang)*.
- Sinaga, C. L., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Di Kota Batam. *Journal of Management*, 6(2), 24–38. <https://stieamkop.ac.id/journal/index.php/yume/article/view/3833/2494>
- Sugiyono. (2018). *metode penelitian manajemen*.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. ALFABETA.
- Sumadi, Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasar, D. (2021). *Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naughti Hijab Store)*.
- Swesti Mahardini, Ida Mudafia, I., & Apricuansyah, R. (2023). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 1–10. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.538>
- Werdayanti, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Camille Beauty. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol 2 No.2 Juli, Tahun 2008*, 8(3), 595–605.