DAFTAR PUSTAKA

AMA. (2024). Definition of Marketing. American Marketing Association. https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/. Diakses 14 Maret 2024.

Barker, C., Pistrang, N., & Elliott, R. (2002). *RESEARCH METHODS IN CLINICAL PSYCHOLOGY An Introduction for Students and Practitioners Second Edition*. John Wiley & Sons, Ltd, West Sussex.

Faradilla Kamal, A., & Nur Supriadi, Y. (2023). The Influence of Online Customer Review, Customer Rating, and Viral Marketing on Purchase Decisions in Generation Z at Tokopedia. In *Technology, and Organizational Behavior (IJBTOB)* Vol. 3, Issue 4. https://ijbtob.org

Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JKIS*, *1*(1). https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1

Giovani, R. R., Purwanto, S., (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Pitstop Gresik. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 11, No. 1*. https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/Revitalisasi/

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2024). Viral. https://kbbi.kemdikbud.go.id/

Karisma, N., & Hanifah, R. N. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awerness terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Bensu Karawang. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *8*(1), 608. https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.830

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management (16th ed.). Pearson.

Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina* Vol 2, No 3, https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina

Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang. Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, Vol. 9 Nomor 2, 173. https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538

Najwah, J., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. BISECER (Business Economic Entrepreneurship) Vol 5.

Nia Distianari. (2023). Pengaruh Harga, Viral Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Dimarketplace Shopee. Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial Vol 6.

Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., Hadibrata, B. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran). JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi Vol.3 Issue 4. https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4

Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). The role of viral marketing in social media on brand recognition and preference. Emerging Science Journal, 5(6), 855–867. https://doi.org/10.28991/esj-2021-01315

Rimbasari, A., Widjayanti, R. E., & Thahira, A. (2023). Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform Tiktok. CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 6(2), 457. https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.15304

Syamsya, S. Q. N., & Purwanto, S. (2023). The Effect of Viral Marketing and Online Customer Reviews on Instagram on Purchase Decisions for Mixue Ice Cream in Surabaya. Journal of Business and Management Review, 4(9). https://doi.org/10.47153/jbmr49.7992023

Syarifuddin Muflih, F. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth, Harga, Dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Studio Jingga). E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana. Vol. 12 No. 10. https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/

Theresia, C., Parameswari, R., Buddhi, U., & Tangerang, D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Online Customer Review, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Somethinc Melalui Marketplace Shopee Indonesia. EMABI : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis Vol. 2, Issue 1. https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi

Wachid, A. I., & Sukaris, S. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Kepercayaan dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Electronic Commerce yang Terdaftar Pada Indonesian E-Commerce Association di Gresik. Jurnal Mahasiswa Manajemen, 2(02), 167. https://doi.org/10.30587/mahasiswamanajemen.v2i02.2979

Yayang Giana Putri, Nur Hidayati, & Mohammad Rizal. (2022). Pengaruh Customer Review, Customer Rating dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia Di Malang). EJRM: e – Jurnal Riset Manajemen. www.fe.unisma.ac.id