

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Riqi Nugroho. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem *Pre Order* Secara *Online*. Universitas Diponegoro.
- Almana, M dan Mirza, A. 2013. *The Impact of Electornic Word of Mouth on Consumers Purchasing Decisions. International Journal of ComputerApplications*. Vol. 82, No. 9.
- Andini, Suharyono, dan Sunarti. 2014. Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian *Online* Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.11, No. 1.
- APJII. 2018. *Local Online Shop Survey*, (Online), ([http://www.APJII.com/learn/local-online-shopsurvey/# 2](http://www.APJII.com/learn/local-online-shopsurvey/#2), diakses tanggal 22 Oktober 2019).
- Ardianti, 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 Admnistrasi Bisnis*.
- Ardyanto, Denni. 2015. Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Survei pada Konsumen www.petersaysdenim.com). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 22, No. 1).
- Aribowo, D dan Nugroho, M. 2013. Pengaruh *Trust* dan *Perceived of Risk* Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan *E-Commerce*. *Jurnal Nominal*, Vol. 01, No. 03, Hal: 1-18.
- Arisqa, Ana dan Viola De Yusa. 2019. Pengaruh Kepercayaan Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol. 05, No. 01
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Asriani, Demizsa. 2017. Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*. ISSN:2460-6545.
- Ayuningtiyas, Kartika. Gunawan, Hendra. 2018. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. *Journal*

of Applied Business Administration Vol 2, No 1, Maret 2018, hlm. 152-165.
e-ISSN:2548-9909.

- Febriana, Mitha dan Yulianto, Edy. 2018. Pengaruh *Online Consumer Review* Oleh *Beauty Vlogger* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 yang Membeli dan Menggunakan Purbasari Matte Lipstick). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 58, No. 1.
- Flanagin, A dan Metzger, M. 2013. *Credibility and Trust of Information in Online Environments: The Use of Cognitive Heuristics*. *Journal of Pragmatics*, 59, 210-220).
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program* , Edisi 7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Fransiskus. 2013. Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen Atas Produk Terhadap *Brand Switching* Atas Produk *Smartphone* (BlackBerry) pada Mahasiswa UNP). *Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No.01, Padang.
- Hamdani, Muhammad Yusuf dan Mawardi, M. Kholid. 2018. Pengaruh *Viral Marketing* Terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 yang Pernah Melakukan Pembelian *Online* melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 60, No.1.
- Hidayati, Nur Laili. 2018. Pengaruh *Viral Marketing, Online Customer Review*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 6, No.3. *ISSN: 2337-6708*.
- Kanitra, Althaf dan Andriani Kusumawati. 2018. Pengaruh *Country of Origin* dan *Online Consumer Review* Terhadap *Trust* dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Pembeli Produk Oppo *Smartphone*). *Jurnal Administrasi Bisnis*
- Kaplan, Andreas dan Hanlein, Michael. 2011. *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*.
- Kotler, Philip dan Keller Lane Kevin. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

- Kristanto, Okta Dwi, Ketut Indraningrat, dan Susanti Prasetyaningtiyas. 2017. Pengaruh *Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 11, No. 1, Hal. 62-75.
- Kusumawardani, Anindita Endah. 2017. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian *Online Shop* (Studi Kuantitatif di Kalangan Siswi Kelas XI IPS 3 SMA Negeri 4 Surakarta Melalui *Online Shop* di Instagram). Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi.
- Mayer, R. C. 2010. *An Integratif Model of Organizational Trust*, *Academy of Management Review*.
- Mowen, Jonh C dan Michael Minor.2013. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Lima Salim. Jilid Satu. Edisi Kelima.. Jakarta. Erlangga.
- Natasya Putri Andini,Suharyono, Sunarti 2014. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 Yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 11 No. 1 Juni 2014.
- Nieto, J., Hernández-Maestro, R.M. & Muñoz-Gallego, P.A., 2014. *Marketing decisions, customer reviews, and business performance: The use of the Toprural website by Spanish rural lodging establishments*. *Tourism Management*, 45, pp.115–123. Available at: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517714000648>.
- Peter, J Paul dan Jerry C Oslon. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani *Edisi Kesembilan* Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, edisi 12 jilid 1*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Priskila, Tisia. 2018. Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Terpersepsi Terhadap Keputusan Pembelian Daring dengan Harga Terpersepsi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus pada Shopee Indonesia). *Business Management Journal*, Vol. 14, No. 2, Hal. 75-153. ISSN: 1907-0896.
- Ridwan. 2010. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Cetakan Kedua. Bandung: Alfabeta.
- Santosa, Budi Purbayu. 2012. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Schiffman, Leon G., and Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior*. 10th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Skrob, Robert, 2005. *Open Source and Viral Marketing The Viral Marketing concept as a model for open source software to reach the critical mass for global brand awareness based on the example of TYPO3*. University of Applied Science Kufstein, Austria.
- Sri Wiludjeng SP dan Tresna Siti Nurlela 2013. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT "X"*. ISBN: 978-979-636-147-2.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhir, Moch. Imam, Suyadi. Riyadi. 2018. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Websitewww.Kaskus.Co.Id)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 8 No. 1 Februari 2014|administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Sunny, Dawar dan Prince Dawar. 2015. *Viral Marketing: A Concept of Paradigm Shift in Marketing. International journal of Management and Social Sciences Research*, Vol. 4. ISSN: 2319-4421.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tjiptono, Fandy Gregorius Channdra dan Andriana. 2011. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wang, F., Liu, X. & Fang, E. (Er), 2015. *User Reviews Variance, Critic Reviews Variance, and Product Sales: An Exploration of Customer Breadth and Depth Effects. Journal of Retailing*, 91(3), pp.372–389. Available at: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022435915000482>.
- Wardhana, Onny Herlambang, Putra. 2016. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Nilai, Pengaruh Sosial, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E commerce*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Volume 4. Nomor 2.
- Zulfa, Latifah. Hidayati, Retno. 2018. *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Semarang. Journal Volume 7, Nomor 3, Tahun 2018, Halaman 1-11 ISSN (Online): 2337-3792: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>*.