

## REFERENCES

- Ardianti, A. N., & Widiartanto, W. (2019, April 1). *Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer rating Terhadap Keputusan Pembelian melalui marketplace shopee. (Studi Pada Mahasiswa AKTIF FISIP UNDIP)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/23656>
- Ardiansah, I. (2021a, February 14). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai media pemasaran online pada industri UKM*. Google Books.  
<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=HAoREAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Ardiansah%2C%2BI.%2C%2B%26%2BMaharani%2C%2BA.%2B%282021%29&ots=aUUy97IWrn&sig=LpF3NXUp6d000egQcc3HvzSUXBg>
- Gunawan Adnan, 2016126801, Rukminingsih, -, & Mohammad Adnan Latief, -. (2020, May 1). *Metode Penelitian Pendidikan: Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas*. Go to start page! <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14062/>
- Batee, M. M. (2019). *Pengaruh media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Kaos Nias Gunungsitoli*. Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah).  
<https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/108>

Burhan, O. F. A. (2021, November 1). *Cara Blibli Dan Dana Atasi Konsumen Yang pakai bot saat 11.11.* Startup Katadata.co.id.  
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/617fb4e497691/cara-Blibli-dan-dana-atasi-konsumen-yang-pakai-bot-saat-1111>

Dennis, L., Ramdhana, F., Faustine, C. E., & Hendijani, R. B. (2020). Influence of online reviews and ratings on the purchase intentions of Gen Y consumers: The case of Tokopedia. *International Journal of Management*, 11(6).

Dewi, I. R. (2022, October 17). *CEO Blibli Ungkap rahasia bisnis, Beda Jauh Dari kompetitor!*. CNBC Indonesia.  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221017203157-37-380415/ceo-Blibli-ungkap-rahasia-bisnis-beda-jauh-dari-kompetitor>

*10 e-commerce Dengan Pengunjung terbanyak kuartal i 2022: Databoks.* Pusat Data Ekonomi dan Bisnis Indonesia. (n.d.).  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/19/10-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2022>

Dihni, O. V. A. (2022, October 20). *Kusumo Martanto, Pulang Dari as Dipercaya Djarum Bangun Blibli.* Profil Katadata.co.id.  
<https://katadata.co.id/ariayudhistira/ekonopedia/63510475d7d7a/kusumo-martanto-pulang-dari-as-dipercaya-djarum-bangun-Blibli>

- Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee.
- Ernanda, D., & Sugiyono, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).
- Farhana, K. (2020a, September 30). *Pandemi Corona Berikan Beban, Bilibli Dukung Pemberdayaan Para Ibu*. fimela.com.  
<https://www.fimela.com/parenting/read/4369387/pandemi-corona-berikan-beban-Blibli-dukung-pemberdayaan-para-ibu>
- Fandy Tjiptono (Pengarang) ; Anastasia Diana (Pengarang). (n.d.). *Pemasaran / Fandy Tjiptono, Anastasia Diana: Perpustakaan universitas terbuka*. Pemasaran / Fandy Tjiptono, Anastasia Diana | PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS TERBUKA. <https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=40067> ]
- Frimayasa, A., & Nasution, I. H. (2022). The Influence Of Social Media, Celebrity Endoser, And Brand Image On Consumer Purchase Decisions At Tokopedia. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 541-550.
- Furqon, M. A. (2020). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 79-90.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th edition. Pearson Education, Inc
- Nuriyandani, A., Ghozali, I., & Sabartono, R. (2022). The Eighth Grade Students' Writing Ability of Descriptive Text at SMPI Nurussobah Mumbulsari. *Jurnal Educazione: Jurnal Pendidikan, Pembelajaran dan Bimbingan dan konseling*, 10(1), 1-12
- Riadi, O. (2023). *Online customer review - pengertian, Aspek, Syarat Dan Indikator*. KajianPustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2023/02/online-customer-review.html>
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1), Juli 2018.
- Hidayati, N. L. (2018). *The Journal of Universitas Negeri Surabaya*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/24741>
- Jendoubi, S., & Martin, A. (2019, July 2). *Evidential positive opinion influence measures for viral marketing - knowledge and information systems*. <https://doi.org/10.1007/s10115-019-01375-w>

- Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. (2018). *Pengaruh consumer online rating and review TERHADAP Minat Beli konsumen pada marketplace tokopedia di wilayah DKI Jakarta*. eProceedings of Management. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/6875>
- MAISYAROH, A., WIDIANTO, E. P., FIBRIANSARI, R. D., SHOLEHA, L., & HANDAYANI, N. T. (2020). Pendekatan population centered health nursing care terhadap peningkatan kemampuan petani dalam penanganan trauma di pertanian.
- Monica, F., & Lindawati, L. (2022a, May 1). *Pengaruh E-service quality, viral marketing, Dan Online Consumer Review terhadap keputusan berbelanja online Pada Bukalapak di Kota Padang*. Univ. Bung Hatta Repository. <http://repo.bunghatta.ac.id/id/eprint/7544>
- Najwah, J., & Chasanah, A. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews, Harga, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di tokoopedia.
- Onigbinde, I. O., & Odunlami, S. A. (2016). The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria. *Journal of Marketing Studies*, 3(4), 97– 109.

- Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 59-69.
- Putri, S. S. A. (2020). Pengaruh Viral Marketing Dan Online Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2016 Pembeli Accessories Gadged Di Tokopedia).
- Respati, S. (2020, July 23). *Inovasi Blibli di Masa pandemi, Upaya memenuhi Kebutuhan Masyarakat*. KOMPAS.com. <https://money.kompas.com/read/2020/07/23/211520926/inovasi-Blibli-di-masa-pandemi-upaya-memenuhi-kebutuhan-masyarakat>
- Rulli, N. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Sanchez, G. V., Biedron, C., Fink, L. R., Hatfield, K. M., Polistico, J. M. F., Meyer, M. P., ... & Rehman, N. K. (2020). Initial and repeated point prevalence surveys to inform SARS-CoV-2 infection prevention in 26 skilled nursing facilities—Detroit, Michigan, March–May 2020. *Morbidity and Mortality Weekly Report*, 69(27), 882.

- Septiani, O. L. (2023, May 11). *Blibli Pakai 4 Teknologi Logistik, Bisa Sortir Jutaan Produk per Hari*. E-commerce Katadata.co.id.  
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/645c965ecda76/Blibli-pakai-4-teknologi-logistik-bisa-sortir-jutaan-produk-per-hari>
- Setiawan, A. (2017, August 3). *Analisis Faktor - Faktor viral marketing Yang Mempengaruhi proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Secara online di tokopedia*. Musi Charitas Catholic University Repository.  
<http://eprints.ukmc.ac.id/9138/>
- Siagian, K. (2021, August 13). *Kusumo Martanto Dari Blibli: Inovasi Jadi Kunci keberlangsungan industri e-commerce*. DailySocial.id.  
<https://dailysocial.id/post/kusumo-martanto-dari-Blibli-inovasi-jadi-kunci-keberlangsungan-industri-e-commerce>
- Sitompul, D. P., & Ferawati, F. (2021). The Influence of Social Media Advertising on Purchasing Decisions at Startup Companies. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 14-19.
- Sholichin, A. S., & Wisnalmawati, W. (2021). The effect of price, Transaction Security, Online Consumer Review, and Viral Marketing.  
<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/rekomen/article/view/3873>

- Sudirjo, F., Ratnawati, R., Hadiyati, R., Sutaguna, I. N. T., & Yusuf, M. (n.d.). *The influence of online customer reviews and E-service quality on buying decisions in Electronic Commerce*. Journal of Management and Creative Business. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/jmcbus/article/view/941>
- Sudirjo, F. (2021). Social media, consumer motivation, and consumer purchase decision for fashion consumers in semarang district. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12(1), 78-92.
- Sugiarti, D. I., & Iskandar, R. (n.d.). *Pengaruh consumer review terhadap Keputusan Pembeli terhadap toko online shopee*. Jurnal Sosial dan Teknologi. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v1i9.195>
- Sugiyono. (2016a). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, dan R&D). In Alfabeta. Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta Bandung.
- Sutanto, M. A., & Aprianingsih, A. (2016). The effect of online consumer review toward purchase intention: A study in premium cosmetic in Indonesia. In *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science* (Vol. 53, No. 2, pp. 1689-1699).



Yusuf, A., & Sunarsi, D. (n.d.). *The effect of promotion and price on purchase decisions*. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*.  
<http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/almana/article/view/1410>

