

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Dita, Nuel Simatupang, Bastian Jovial Sinuraya, Fakultas Ekonomi, and Universitas Prima. "Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Cabang Medan." *Jurnal Majajemen* 7 (2021): 11–24.
- Ananda, Raihan, Azhar, and Elvira Iskandar. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bitata Food." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 9, no. 1 (2024).
- Andriati, Defita Putri. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2021)." Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024.
- Andriyani, Lukma, and Nurul Huda. "Pengaruh Influencer Marketing , Product Quality Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Decision Skincare Glad2Glow," n.d.
- Arianiva, Adella. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow (Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru)," 2020.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Aziz Alimul Hidayat. *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Book Publishing, 2021.
- Aziz, Fikri Nur, and Ahmad Munandar. "Hubungan & Pengaruh Antara Review Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Di E-Commerce Shopee" 3, no. 2 (2022): 42–45.
- Bahri, Khoirun Nisa. *Langkah Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Online Produk UMKM Fesyen Hijab*. Rizmedia Pustaka Indonesia, n.d.
- Benny S. Pasaribu dkk. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Banten: Media Edu Pustaka, 2022.
- Berger, Jonah. *Contagius: Rahasia Di Balik Produk Dan Gagasan Yang Viral*. PT. Gramedia Pustaka Utama, 2023.
- Boentoro, Yenty, and Sinta Paramita. "Komunikasi Pemasaran Viral Marketing (Studi Kasus Kopi Kwang Koan)," 2019, 141–46.
- Btari, Evelyn, Dwi Pangestika, Desy Filana, Natalia Huring, Veronika Thalia Manin, Ni Putu, and Dyah Krismawintari. "Perbedaan Sikap Dan Orientasi Gender Terhadap Penggunaan Skincare" 6 (2023): 453–58.
- Budiwanto, Setyo. *Metode Statistika Untuk Mengolah Data Keolahraagaan*.

Malang: UM Penerbit & Percetakan, 2017.

- Candra Yoga Ade Komang, and Yasa Kerti Nyoman. *Event Marketing, E-WOM, Citra Merek Terhadap Niat Beli: Konsep Dan Aplikasi*. Bali: Intelektual Manifes Media, 2023.
- Carlos, Michael. "Infografis: Indonesia Makin Melek Internet?" *kabarbusa*, 2024. <https://www.kabarbursa.com/infografis/12273/infografis-indonesia-makin-melek-internet>.
- CNN Indonesia. "Usung Konsep Nature + Active, Glad2Glow Gaet Perhatian Publik," 2023. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20231010172602-307-1009535/usung-konsep-nature-active-glad2glow-gaet-perhatian-publik>.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. DKI Jakarta: Guepedia, 2021.
- Efendi, Masri Singarimbun dan Sofyan. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka, 1990.
- El-Haq, Syauqi Nabila, and Fullchis Nurtjahjani. "Pengaruh Viral Marketing Dan Brandawareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc Di Tiktok Shop." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9, no. 1 (2023): 20–25. <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/528>.
- Erika, Nurmartiani. *Pengantar Perilaku Konsumen*. Banten: Tristar Mandiri Publisers, 2024.
- Fatmawaty, Ramli Hatma, Reski Putri, Ifah Latiep, and Hardiyono. *Strategi Viral Marketing*. Makassar: Reads Media, 2024.
- Fauziyah, Zulfa, and Dhany Isnaeni Darmawan. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Inovasi Dan Kreativitas (JIKa)* 4, no. 1 (2024): 92–108. <https://doi.org/10.30656/jika.v4i1.8979>.
- Hamdi, Agustin. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Konsep Dan Contoh Penelitian)*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara, 2023.
- Ibrahim, Azharsyah, Erika Amelia, Nashr Akbar, Nur Kholis, Aprilliani Suci Utami, and Nofrianto. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Deoartemen Ekonomindan Keuangan Syariah, 2021.
- Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, Antonio Imanda. "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kuaitas Pelayanan Di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu." *Jurnal Professional FIS UNIVED* 6, no. 1 (2019): 42–60.
- Indah, Agustiani Nur, zebua Sandra Yofa Rony, Kusyanda Riki Ponga Made, Rusdiani Irsad Nurtina, Hayani Nurrahmi, and Rizal Ashril Ahmad. *Buku Ajar Digital Marketing*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.

- Indrianty, Sudirman, and Musa Ichwan Muhammad. *Strategi Pemasaran*. Tamalanrea: Intelektual Karya Nusantara, 2023.
- Isnawati, Setya Indah. "Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial." *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2022): 36–46.
<https://jurnal.unw.ac.id/index.php/jibaku/article/view/1415%0Ahttp://jibaku.unw.ac.id>.
- Kediri, FEBI IAIN. "Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kediri," 2024. <https://febi.iainkediri.ac.id/blog/sejarah-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-islam-febi-iain-kediri/>.
- Kompas.id. "Berbahan Aktif Dan Alami Dengan Harga Terjangkau, Glad2Glow Diterima Secara Luas," 2023.
https://www.kompas.id/baca/adv_post/berbahan-aktif-dan-alami-dengan-harga-terjangkau-glad2glow-diterima-secara-luas.
- Laurensius P dan Erna T. "Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Rown Division Surakarta)." *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan* 7, no. 2 (2020).
- Luthfiah, Nur, Yulia Rahma, and Tri Sudarwanto. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Glad2Glow." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)* 12, no. 2 (2024): 2723–3901.
- Meitiana, and Supriyadi. *Buku Ajar Perilaku Konsumen*. Banyumas: CV. Arta Media Nusantara, 2023.
- Muhammad Syafiq As'ad. "Analisis Pengaruh Viral Marketing, Dan Brand Awareness Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ngikan Tebet)," 2020.
- N. Lilis Suryani. "Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta." *JENIUS* 2, no. 3 (2019).
- Oktarini, Riri. *Buku Ajar Strategi Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN), 2022.
- Philip, Kotler, Hermawan Krtajaya, and Iwan Setiawan. *Marketing 4.0 Bergerak Dari Tradisional Ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama, n.d.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. "Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret." *Jurnal Sains Manajemen* 7, no. 1 (2021): 1–17.
- Putri Lestari Eka Puji, and Laily Nur. "Pengaruh Viral Marketing Dan Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Melalui Electronic Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa STIESIA

Surabaya),” n.d.

Raihan, Ananda dkk. “Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bitata Food.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 9 (2024): 244–50.

Salsabilah, Nur Aziza, and Haniah Lubis. “Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Tren Produk Kosmetik Di Aplikasi TikTok Pada Mahasiswi The Fear of Missing Out (FOMO) Phenomenon of Cosmetic Product Trends on the TikTok Application among Female Students” 3 (2024): 17–26.

Sandu Sitoyo and M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Sari, Ratna Kartika. “Viral Marketing : Memanfaatkan Kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran.” *CERMIN: Jurnal Penelitian* 3, no. 2 (2019): 81. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i2.488.

Sari, Wulan Purnama, and Sinta Paramita. “Viral Marketing Di Media Sosial Sebagai Gaya Baru Komunikasi Pemasaran.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 2 (2022): 309–19. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i2.20243>.

Saripudin, Asep, Agus Rahayu, and Lili Adi Wibowo. “Pengaruh Viral Marketing Terhadap Niat Beli Konsumen.” *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 13, no. 1 (2022): 99–108.

Sisti Yuandani. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Somethinc Di Kelurahan Simpang Baru Kota Pekanbaru,” 2023.

Solihin, Dede, Ali Maddinsyah, and Gatot Kusjono. “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Tunas Toyota Cinere Depok” 14 (2024): 98–109.

Sri, Wiludjeng, and Nurlela Siti Tresna. “Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT ‘X.’” *Proceeding Seminar Nasional Dan Call For Papers Sancall*, 2013.

Statista. “Kecantikan Dan Perawatan Diri Indonesia.” Accessed November 23, 2024. <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/worldwide>.

Sudarsono, Lilis Suharti, Susiani, Yusuf N Suparman, Gaib Srihapsin, Mamengko Veify Veny, Patutie Erna, et al. *Strategi Pemasaran (Teori & Praktik)*. Sumedang: CV. Mega Press Nusantara, 2025.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2017.

———. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2020.

- Surniandari, Artika. "Viral Marketing as an Alternative to Sariz Product Marketing Strategy." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 1, no. 1 (2017): 35–43. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/1480>.
- Wahid. "Kategori Perawatan Wajah Di E-Commerce Masih Jadi Favorite Masyarakat." *Marketing.co.id*, 2022. <https://marketing.co.id/kategori-perawatan-wajah-di-e-commerce-masih-jadi-favorit-masyarakat/>.
- Weny, Siska Yulia. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019 – 2022)." *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan* 2, no. 2 (2022).
- Yosef, Tonce, and Rangga Darius Purnama Yoseph. *Minat Dan Keputusan Pembelian Tinjauan Melalui Persepsi Harga & Kuaitas Produk (KOnsep Dan Studi KAsus)*. Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2022.