

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah Suryaningsih Aliyah, Sri. “Pengaruh Islamic Branding, Religiusitas, Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Di Kabupaten Gresik” 4, no. No. 3 (2021): 127–28.
- Akbar, Wirawan, and Velda Ardia Murdiana. “Pengaruh Terpaan Media Live Shopping Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian @theoriginote,” n.d.
- Al Fatih, Mochammad Bayu. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Syari’ah Jurusan Ekonomi Syari’ah Angkatan 2016 IAIN Kediri).” IAIN Kediri, 2019.
- Al Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1995.
- “Al-Qur’an Kemenag.” Accessed September 16, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=166&to=286>.
- “Al-Qur’an Kemenag.” Accessed September 17, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/25?from=67&to=67>.
- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, and Dodi Devianto. “Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang.” *Jurnal Matematika UNAND* 8, no. 1(July 5, 2019): 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>.
- Ananda, Silvia. “Pengaruh Viral Marketing Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Berbasis Aplikasi Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.” Universitas Sumatera Utara, 2019.
- Andriyanti, Eka, and Siti Ning Farida. “Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo)” 11, no. 2 (2022).
- Anto, Hendrie. *Pengantar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisa, 2003.
- Aprilliani, Ananda Nabilah, and Nurul Hasanah. “Pengaruh Halal Awareness dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Tokopedia di Indonesia,” 2022.
- Arafah, Santi, and Yahya Tanjung. “Analisis Faktor Determinan Yang Mempengaruhi Pemakaian Metode JIT (Studi Kasus UD. Pusaka Bakti),” n.d.
- As’ad, Muhammad Syafiq. “Analisis Pengaruh Viral Mareting dan Brand Awareness Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen

- (Studi Kasus Pada Ngikan Tebet).” UIN Syarif Hidayatullah, 2020.
- Basri, Yuswar Zainul, and Fitri Kurniawati. “Effect of Religiosity and Halal Awareness on Purchase Intention Moderated by Halal Certification.” *KnE SocialSciences*, October 17, 2019. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i26.5403>.
- Cesariana, Carmelia, Fadlan Juliansyah, and Rohani Fitriyani. “Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3,no.1(February22,2022):211–24. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia, 2021.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Deepublish, 2019.
- El-Haq, Syauqi Nabila, and Fullchis Nurtjahjani. “Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc Di Tiktok Shop” 9 (2023).
- Eriyanto. *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- Florence (terakhir), Ferlita A, and Harianto A. “Pengaruh Online Review Terhadap Purchase Intention Di Hotel Budget Pada Online Travel Agent (OTA),” n.d.
- Garaika, and Darmanah. *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV. Hira Tech, 2019.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2011.
- Ghozali. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19,” n.d.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2012.
- Herlina, Vivi. “Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS,” n.d., 5–7.
- Ibrahim, Andi, Asrul Haq Alam, Madi, Baharuddin, Muhammad Aswar Ahmad, and Darmawati. *Metodologi Penelitian*. 1st ed. Makassar: Gunadarma Ilmu, 2018.
- Irawan, Anggi, and Irwan Misbach. “Pengaruh viral marketing dan endorser terhadap keputusan pembelian dengan brand awareness sebagai variabel intervening.” *Management and Business Review*

- 4, no. 2 (December 28, 2020). <https://doi.org/10.21067/mbr.v4i2.5182>.
- Janna, Nilda Miftahul, and H. Herianto. "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS." Preprint. Open Science Framework, January 22, 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>.
- Latief, Fitriani, and Nirwana Ayustira. "Pengaruh Online Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Di Sociolla" 6 (n.d.).
- Masrukin. *Buku Latian SPSS Aplikasi Statistik Deskriptif Dan Inferensial*. Kudus: Media Ilmu Pres, 2010.
- Maulana, Fauzan. "Pengaruh Ulasan Online Terhadap Niat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening," 2021. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5012/>.
- Maulida, Arina Robbyatul, Haris Hermawan, and Ahmad Izzuddin. "Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian." *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* 9, no. 1 (February 26, 2022): 27–37. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.260>.
- Maulidar, Cut Sari. "Pengaruh Online Customer Reviews, Online Customer Rating dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Dikaji Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh)." UIN Ar-Raniry, 2022.
- Mulyati, Yofina, and Grace Gesitera. "Pengaruh Online Customer Review terhadap Purchase Intention dengan Trust sebagai Intervening pada Toko Online Bukalapak di Kota Padang." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* 9, no. 2 (March 11, 2020): 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>.
- Nggilu, M, A L Tumbel, and W Djemly. "Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado," 2019.
- Ningsih, Setia, and Hendra H. Dukalang. "Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda." *Jambura Journal of Mathematics* 1,no.1(January 29, 2019): 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>.
- Novianti, Nadira. "Pengaruh Halal Awareness, Pendapatan, Dan Harga Terhadap Keputusan Makanan Halal MUI (Studi Pada Milenial Muslim Di Kota Malang)," n.d.
- Pratama, Carolina Algista Zahra, Reni Shinta Dewi, and Andi Wijayanto. "Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian

- Sunsreen Wardah melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11, no. 1 (October 17, 2022): 59–69. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.33406>.
- Priadana, Moh Sidik, and Saludin Muis. “Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Dilengkapi Alat Bantu Minitab Untuk Pengolahan Dat,” n.d., 149.
- Purwanto, Nuri. “Pengaruh E-Trust dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Jombang)” 4 (2021).
- Putra, Luthfi Sagusta, and Ridwan Nurdin. “Penerapan Teori Perilaku Rencana Dalam Pembelian Makanan Halal Pada Masyarakat Di Kota Banda Aceh.” *Universitas Syiah Kuala* 3 (2018).
- Putra, Wahyu Firnando. “Kualitas Peayanan, Kualitas Produk, dan Potongan HArga Untuk Meningkatkan Minat Daya Beli melalui Digital Marketing (Sebagai Dropshiper (skin Care)),” n.d.
- “Qur’an Kemenag.” Accessed June 19, 2024. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=286&to=286>.
- Rafqi Ilhamalimy, Ridho, and M. Rizky Mahaputra. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 1, no. 1 (February 2, 2021): 85–97. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.604>.
- Ramadan, Fitra, and Haeruddin Hafid. “Pengaruh online customer review dan e-service quality terhadap keputusan pembelian melalui marketplace,” 2021.
- Rangian, Marlina Christiani, Rudy Steven Wenas, and Debry Ch. A Lintong. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk MS GLOW SKincare Di Kota Tomohon.” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10, no. 3 (July 26, 2022): 284. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41948>.
- Regina Dwi Amelia, Michael Michael, and Rachman Mulyandi. “Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan.” *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* 2, no. 2 (February 21, 2021): 274–80. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.80>.

- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan Slamet. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. 1st ed. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Sabillah, Fauziah Zalza. “Pengaruh Viral Marketing dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Mie Gacoan)” n.d.
- Setiyadi, Ag, Bambang. *Metode Penelitian Untuk Pengajaran Bahasa Asing Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. 2nd ed. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual &SPSS*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. 17th ed. Bandung: Alfabeta, 2013.
- “Surat Al-Ahzab Ayat 70 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb.” Accessed September 16, 2023. <https://tafsirweb.com/7682-surat-al-ahzab-ayat-70.html>.
- Surniandari, Artika. “Viral Marketing Sebagai Alternatif Strategi Pemasaran Produk Sariz,” no. 1 (2017).
- “View of Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif.” Accessed September 16,2023. <https://www.yrpiiku.com/journal/index.php/msej/article/view/1246/938>.
- Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik. “Hipotesis Penelitian Kuantitatif.” *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi* 3, no. 2 (August 1, 2021): 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>.
- Yuandani, Sisti. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Skincare Somethinc Di Kelurahan Simpang Baru KOta Pekanbaru.” UIN SUSKA Riau, 2023.
- Zuhri, Muhammad Ilham, Muslim Marpaung, and Irma Suryani. “Pengaruh Halal Awareness, Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ShopeeFood” *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)* 3, no. 1 (2022): 303–11. <https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.807>.