

DAFTAR PUSTAKA

- Alzate, M., Arce-Urriza, M., & Cebollada, J. (2022). Mining the text of online consumer reviews to analyze brand image and brand positioning. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 67(November 2021), 102989. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102989>
- Amalia, & Rozza. (2023). Analisis Pengaruh Halal Awareness , Religiusitas , Gaya Hidup , Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta) 123 Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah , Politeknik Nege. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 9(2), 1680–1690.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Devita Putri, A. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal TECHNOBIZ*, 6(2), 2655–3457.
- Anindya, F., & Indriastuti, H. (2023). The Rise of Viral Marketing and Brand Awareness Influence Purchase Decisions Of Somethinc Products. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 173–183.
- Arvy Ginting, R., Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Primananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh Green Marketing, Inovasi Produk dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 986–992. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.198>
- BPS. (2023). *STATISTIK E-COMMERCE 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://doi.org/8101004>
- Bukhori. (2011). *Green Marketing and Its Impact On Consumer Behaviour* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Dkk, I. F. (2022). Prodi. manajemen s1. *Jurnal Riset Manajemen*, 7(5), 114–122.
- Ebert, R. J., & Griffin, R.W. (2017) *Pengantar Bisnis (10th ed)*. Erlangga.
- Elsa. (2022). *Watsons HWB Awards 2021: Best Exclusive Skincare Brand of the Year*. Watsons.
- Evan Saktiendi, Septi Herawati, Lince Afri Yenny, & Amelia Wahyu Agusti. (2022). Pengaruh Viral Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow di Bumi Indah Kabupaten Tangerang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(2), 197–210. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i2.524>

- Fatimah, S., & Chrismardani, Y. (2022). PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPHORA (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 2(1), 36–43. <https://doi.org/10.21107/jkim.v2i1.15502>
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 26* (10th ed.).
- Hair, Anderson, Joseph, F., Barry, J., Babin, & Rolph. (2018). *Data Analysis. Cengage*,.
- Hakim, A. F., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2019). Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 12(02), 221–232.
- Hamdani & Mawardi. (2018). The influence of viral marketing on consumer confidence and its impact on purchasing decisions: Survey on students of the faculty of administrative sciences Universitas Brawijaya, Class of 2015/2016 who have made online purchases through social media. *Administrasi Bisnis*, 1(60), 163–167.
- Irwansyah, Ichwan, & Rezky, N. A. (2021). Pesan Persuasi Beauty Influencer Pada Akun Youtube Tasya Farasya Dalam Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 18–33.
- Khayatin, Y. dan M. (2012). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Pelanggan Teh Kotak). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 2(47), 154–161.
- Kholiq & Sari. (2021). The Influence of Viral Marketing, Celebrity Endorser, and Brand Awareness on Purchase Decisions on Make Over Cosmetic Products in Sidoarjo. *Academia Open*, 4.
- Kotler & Armstrong. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Manajemen* (15th ed.). Pearson.
- Lackermair, D. (2013). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice-Hall.
- Made Dwiyanas Rasuma Putri, N., Imani Syawal, R., Handayani, N., Zacky Faluti, M., & Marsha, B. (2021). Pengaruh Green Marketing Terhadap Green Consumer Behavior Fore Coffee Di Jakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata C-ISSN: 2541-447X (Cetak)*, 6(2), 115–126.

- Mahendra, D. F., & Nugraha, A. K. N. A. (2021). Green Marketing dan CSR Terhadap Keputusan Pembelian dengan Pengetahuan Konsumen Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 28–38. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.33141>
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. L. H. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43393>
- 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*, 9(2), 173. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.538>
- Parasari, N. S. M., Wijaya, G. C., Purwandari, D. P., & Permana, G. P. L. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Avoskin Beauty di Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 153–162. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1740>
- Perdagangan, P. K. (2024). *Perdagangan Digital (E-Commerce) Indonesia Periode 2023*. 1–8.
- Prayitno, A., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2021). Pengaruh Brand Image, Lifestyle Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Gorilla Market Bululawang). *E – Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, 1–13.
- Rahmayanti, S., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 337–344. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.2451>
- Rustaviani. (2021). *Mengenal Green Beauty, Tren yang Patut Kamu Coba*. The Carousel.
- Salam, A., & Sukiman, S. (2021). Pengaruh Green Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 69. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i1.3427>
- Salem. (2018). Effects of Perfume Packaging on Basque Female Consumers Purchase Decision in Spain. *Emerald Insight*, 8(1748–1768), 56.
- Sandeen. (2009). It's Not Easy Being Green- Green Marketing and Environmental Consumerism in Continuing Higher Education. *In Continuing Higher Education*

Review, 37.

- Setiawan, C. K., Yanthy, S., Mahasiswa, Y., Dosen, D., & Unsurya, M. (2020). THE BODY SHOP INDONESIA (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (edisi kedua)*. Alfabeta.
- Susanti, F., & Saputra, D. (2022). Pengaruh Country of Origin, Brand Image Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I Smkn 1 Painan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1318–1331. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.161>
- Khoiriyah, U. (2022). Pengaruh Viral Marketing Dan Advertising Effectiveness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Pada Produk Ms Glow Di Pasir Pengaraian). *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 763–781. <https://doi.org/10.30606/hirarki.v4i2.1529>
- Wiyono. (2020). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SMARTPLS 3.2.8 (2nd ed.)*. UPP STIM YKPN.
- Yosepha, T. I. dan S. Y. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Love Beauty Planet (Studi Kasus Di Giant Pasar Minggu). *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(2), 1–23.
- Yulianti, L. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Product Quality Dan Price Terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2, 2.