

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Al Faruq, S., Sani, I., & Febrian, W. D. (2025). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Amirullah. (2022). Perilaku konsumen dan pengambilan keputusan pembelian. *Jurnal Akademika*, 20(2).
- Andrian, Putra, C. I., Wahyu, I., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=BWF9EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA65> (Diakses 15 Mei 2025).
- Anita, S. Y., Amiruddin, E. E., Wahyuni, R., Khairo, F., Rahmani, S., Puspasari, D., et al. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4Z2oEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA69> (Diakses 18 Mei 2025).
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inova Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ> (Diakses 2 Juni 2025).
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R., Trenggana, A. F., Ariyanti, M., Widiati, E., et al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Widina Bhakti Persada. <https://repository.penerbitwidina.com> (Diakses 6 Mei 2025).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson.
- DataReportal, We Are Social, & Meltwater. (2025). Countries with the largest TikTok audience as of February 2025 (in millions). *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/> (Diakses 30 Mei 2025).
- Dora, Y. M., & Wibowo, A. R. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIIP)*, 6(1), 656–663.

- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi keputusan pembelian dan pembelian ulang (Literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamida, I. A., & Amron. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan menggunakan layanan pesan-antar Shopee Food. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25, 33–42.
- Hawkins, D. L. & Mothersbaugh. (2019). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. (diakses 02 April 2026).
- Heriyati, P. (2022). *Strategi Pemasaran: Segmenting, Targeting dan Positioning*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Ilhamalimy, R. R., Chasanah, A. N., & Kartikaningrum, S. (2024). Pengaruh faktor budaya, sosial, karakteristik pribadi terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Tokopedia. *Jurnal Ganec Swara*, 18(2), 761–767.
- Kalodata. (2024). TikTok statistik 2024: Data, tren, dan wawasan pemasaran yang perlu Anda ketahui. <https://www.kalodata.com/id/blog/2024/07/tiktok-statistik-2024-data-tren-dan-wawasan-pemasaran-yang-perlu-anda-ketahui/> (Diakses 30 Mei 2025).
- Khofifah, F., Salim, M. A., & Slamet, A. R. (2023). Pengaruh faktor pribadi, psikologi dan harga terhadap keputusan pembelian *thrifting*. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 1515–1526.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kumar, R. (2019). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners*. Sage Publications.
- Mardina, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6(1).
- Marlindawaty. (2022). Analisis faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian di Modeshop Balikpapan. *Journal Geoekonomi*, 13(2), 236–244.

- Muslimah, A., Khairunisa, A., Wendi, R. P., & Wijaya, A. F. (2023). The influence of cultural, social and psychological factors on purchase decision. *International Journal of Psychology and Health Science*, 1(3). <https://greenpub.org/index.php/ijphs/article/view/120> (Diakses 18 April 2025).
- Nurhaida, Indrayani, T. I., & Oktania, V. (2023). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian Scarlatt di Alahan Panjang Sumatera Barat. *Manara Ekonomi*, 2(2), 41–60.
- Qoriyah, W., Gemina, D., & Yulianingsih. (2025). Cultural, social, personal and psychological influences on purchasing decisions. *International Journal of Economic*, 3(1), 23–32.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, L. O., Turi, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R., et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Rachmat, S. (2021). The influence of cultural factors, social factors, and personal factors against customer purchase decisions in using wedding services organizer in Surabaya. *International Journal of Review, Business and Entrepreneurship*, 1(2).
- Rahayu, F., & Hasugian, L. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian pada Executive Center Point Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 11(1), 52–63.
- Rahmasari, L., Oktavia, A. (2020). *Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka STIMRT-AMNI. Semarang.
- Sari, P. S. (2020). Hubungan minat beli terhadap keputusan pembelian pada konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 8(1).
- Sari, O., Hamidah, Rukmana, A. Y., Munizu, M., Noval, N., Achmawati, J., et al. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=yBJEEAAAQBAJ> (Diakses 18 April 2025).
- Satria, E. (2023). Keputusan pembelian yang ditinjau dari pengaruh citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk. *E-Journal Al-Dzahab*, 4(2), 92–102.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019) *Consumer Behavior*. (12th ed). Pearson Education. (diakses 02 April 2026)
- Scuderia, A. M. (2024). Platform live shopping terbanyak digunakan di Indonesia tahun 2024. *GoodStats Data*. <https://data.goodstats.id/statistic/platform->

[live-shopping-terbanyak-digunakan-di-indonesia-tahun-2024-56W4S](#)
(Diakses 31 Mei 2025).

- Setiadi, N. J. (2021). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi revisi). Jakarta: Prenada Media Group.
- Sianipar, C. N., Nursaimatussaddiya, & Cahyadi, L. (2022). Analysis of factors influencing purchasing decision at Coffee Nest. *International Journal of Economics*.
- Stefani. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk sanitary merek Onda. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2), 318–328.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jawa Timur: Pustaka Abadi.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi Pemasaran*. Tamalanrea: Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh ketersediaan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.