

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R., Setiawan, D., & Pratama, A. (2025). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce*. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital*, 4(1), 45–56.
- Agustin, N., & Asteria, D. (2026). Analisis keputusan pembelian konsumen pada *platform social commerce*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 112–125.
- Anjarsari, D., & Rahmi, S. (2025). *Social commerce* dan perilaku konsumen pada TikTok Shop. *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(2), 67–80.
- Aruan, C., & Husein, A. E. (2025). *The influence of product quality and brand image on purchasing decisions in TikTok Shop within the context of Batam City*. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 13(3), 446–453.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. (2022). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Aulya, R., Hidayat, T., & Sari, M. (2025). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen*, 5(1), 23–34.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson.
- Etikan, I. (2016). *Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling*. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1.
- Fu, S., Ma, R., He, G., Chen, Z., & Liu, H. (2023). *A study on the influence of product information transparency on online*

consumers' purchasing behavior.

Frontiers in Psychology.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*

Gultom, M., & Siregar, R. (2026). Analisis faktor dominan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Modern*, 6(1), 90–104.

Handoko, B., Wibowo, A., & Santoso, H. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 55–66.

Hidayat, T., Putra, R., & Lestari, N. (2026). Dimensi kualitas produk dalam meningkatkan keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 5(2), 88–101.

Kartika, T., & Pandjaitan, D. (2023). *Electronic word-of-mouth and social media marketing on brand image and purchase intention.*

Khotimah, S., Rahardjo, B., & Wulandari, D. (2025). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 34–48.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (16th ed.). Pearson.*

Mahjudin, A., Sari, L., & Prasetyo, H. (2024). Proses keputusan pembelian konsumen di era digital. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 6(2), 120–132.

- Octavia, A. S., & Suhardi. (2026). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet by Najla di TikTok Shop. ECo-Buss*, 8(3), 2368–2380.
- Pandowo, A., Rahmani, S., & Hapsari, A. A. (2024). *Social Commerce Surge: The Fusion of Shopping and Social Media. Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7902–7907.
- Pasifa, R., & Soeprajitno, H. (2025). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(3), 77–89.
- Purnama, H. (2025). Manajemen pemasaran modern di era digital. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 10(1), 1–15.
- Putri, N., Rahmawati, S., & Aulia, D. (2026). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(1), 65–78.
- Rahmani, S., & Pandowo, A. (2024). *Social Commerce Surge: The Fusion of Shopping and Social Media*.
- Ramadani, F., Utami, R., & Dewi, L. (2026). Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 101–115.
- Rahayu, S. (2025). Strategi harga dalam meningkatkan keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 45–59.
- Savandha, S. D. (2025). *E-Commerce and Consumer Behavior: A Comparative Study of Local and Global Marketplaces in Indonesia*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*.

- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R & metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*
- Sunarti, S., & Sukati, I. (2026). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada e-commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 22–35.
- Sovania, R., & Iksan, M. (2024). Analisis persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modern*, 3(2), 90–102.
- Walean, F., Walean, R., & Koyongian, Y. (2025). *Influential Elements in Consumer Decision-Making on E-Commerce Applications: A Study in Indonesia*.
- Watriningsih, R., Dewi, A., & Prakoso, B. (2026). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Riset Bisnis*, 9(1), 50–63.
- Wulandari, D., & Tuhagana, R. (2025). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop. *Jurnal Pemasaran Digital*, 4(1), 70–85.
- Waskito et al. (2023). Manajemen Olahraga Pengelolaan Administrasi Keolahragaan Berbasis Big Data