

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, K. (2025). Wardah Perkuat Posisi sebagai Brand Kosmetik Halal di Tengah Tren Boikot Global. <https://seleb.kilat.com/hot-news/106914703546/wardah-perkuat-posisi-sebagai-brand-kosmetik-halal-di-tengah-tren-boikot-global>. Diakses pada tanggal 26 Juni 2025.
- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2020). Aplikasi Tik Tok sebagai media pembelajaran keterampilan bersastra. *Metafora: jurnal pembelajaran bahasa dan sastra*, 6(1), 147-157.
- Akerina, J., & Wibowo, D. H. (2022). Hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dan prokrastinasi akademik pada mahasiswa. *Journal of Psychology Humanlight*, 3(1), 1-14. doi: <https://doi.org/10.51667/jph.v3i1.863>
- Alfiah, I., & Budiani, M. S. (2014). Harga Diri dan Konformitas dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Smartphone pada Siswa. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 5(1), 15-22. doi: <https://doi.org/10.26740/jppt.v5n1.p15-22>
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *FOKUS: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan*, 4(4), 263-268. doi: <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Annafila, F. H., & Zuhroh, L. (2022). A Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Raden rahmat Malang. *Psikodinamika: Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20-27. doi: <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.894>
- Antara. (2020). Produk Kecantikan Lokal Jadi Favorit di Tik Tok, Somethinc dan Wardah Teratas. <https://www.tempo.co/gaya-hidup/produk-kecantikan-lokal-jadi-favorit-di-tik-tok-somethinc-dan-wardah-teratas-553919>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2025.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan pembelian produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arifin, H. H., & Milla, M. N. (2020). Adaptasi dan Properti Psikometrik Skala Kontrol Diri Ringkas Versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(2), 179–195. doi: <https://doi.org/10.7454/jps.2020.18>

- Arum, D., & Khoirunnisa, R. N. (2021). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi pengguna e-commerce shopee. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 92-102. Doi: <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i9.42541>
- Astari, L. W., & Widagda, I. G. N. J. A. (2014). *Pengaruh perbedaan jenis kelamin dan kontrol diri terhadap keputusan pembelian impulsif produk parfum* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Badi'ah, S. S., & Hariyono, D. S. (2023). Hubungan Kontrol Diri terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater. *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9069-9077. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.2865>
- Bohang, F.A., & Wahyudi, R. (2018, 5 Juli). *Tik Tok punya 10 juta pengguna aktif di Indonesia*. <https://tekno.kompas.com/read/2018/07/05/09531027/tik-tok-punya-10-juta-pengguna-aktif-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 6 Mei 2025.
- Ceci, L. (2023). Countries with the largest TikTok audience as of February 2025 (in millions). <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>. Diakses pada 6 Mei 2025.
- Dwi (2015). Faktor yang mempengaruhi keputusan membeli dan brand image produk minute maid pulpy orange. Skripsi psikologi
- El Hasbi, A. Z., Damayanti, R., Hermina, D., & Mizani, H. (2023). Penelitian korelasional (Metodologi penelitian pendidikan). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 2(6), 784-808.
- Fathurrohman, D., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2023). Pengaruh Live Streaming dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kenan di Tiktok. *Management Studies and Entrepreneurship*, 4(5), 6320-6334.
- Febriah, I., & Febriyantoro, M. T. (2023). Pengaruh live video streaming tiktok, potongan harga, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 218-225.
- Ghufron, M. N., & Rini, S. R. (2010). *Kontrol diri dan agresif: Tinjauan meta-analisis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghufron, M. N., & Risnawati, S. R. (2012). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

- Hanifah, F. N., & Hidayat, R. S. (2024). Pengaruh Content Marketing, Online Customer Review dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian: (Studi pada Konsumen TikTok Shop Mahasiswa Universitas Budi Luhur). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 138-147. doi: <https://doi.org/10.69714/6cbehw20>
- Hapsari, A. A. (2021). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 4(3), 169-180. doi: https://doi.org/10.26460/ed_en.v4i3.2634
- Hasibuan, J. M. B., & Nasution, L. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Pelanggan Belanja Melalui Sistem Informasi Pengadaan Sekolah (SIPLAH) Pada Perusahaan CV. Tia Medan Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(1), 267-276.
- Herdiansyah, H., Safitri, S. S., Handayani, L. A., Wibowo, E. N. E., & Jatmiko, M. A. (2024). Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas Dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk Mcdonald's Pasca Boikot. Gandiwa Jurnal Komunikasi, 4(1), 58-71. doi: <https://doi.org/10.30998/g.v4i1.2873>
- Hutagaol, C. D. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan.
- Ishak, S., & Elgeka, H. W. S. (2023). Purchases decision making inventory: Measurement validation in Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 50(3), 283–298. doi: <https://doi.org/10.22146/jpsi.74583>
- Jakmin. (2022). Top 7 Merek Skincare Lokal Yang Paling Banyak Dikenal, Masa Sih. <https://jakpat.net/info/top-7-merek-skincare-lokal-yang-paling-dikenal-masa-sih/>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2025.
- Jannah, W. N., Nurfarida, I. N., & Asna, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone Pada Mahasiswa Di Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 11(1), 10-17.
- Karamoy, T. S. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Kota Manado. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39. doi: <https://doi.org/10.31764/historis.v6i1.4075>
- Lindawati, L., Wahyuningsih, Y., & Saputra, M. (2023, August). Keputusan Pembelian Konsumen Dipengaruhi Online Live Streaming, Free Gift dan Diskon Pada Media Social Tiktok. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 1-10).
- Lukiyana, L., & Simadewa, I. B. (2023). Moderasi Digital Marketing Atas Pengaruh Product Quality dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(2), 223-236. <https://doi.org/10.26740/jepk.v11n2.p223-236>
- Mada, T., & Prabayanti, H. R. (2024). Pengaruh Live Streaming Shopping Oleh Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Survei Pada Shopper Live Streaming@ Louissescarlettfamily). *The Commercium*, 8(1), 87-97. doi: <https://doi.org/10.26740/tc.v8i1.58930>
- Manapat, P. D., et.al. (2021). *A Psychometric Analysis of the Brief Self-Control Scale. Assessment*, 28(2), 395–412. doi: <https://doi.org/10.1177/1073191119890021>
- Marcelo, J. S., Maliwat, M. C., & Salacata, I. D. S. (2024). *Kotler's decision-making model as a predictor of the consumer buying behavior of young professionals in the Philippines*. *International Journal of Marketing and Digital Creative*, 2(1). doi: <https://doi.org/10.31098/ijmadic.v2i1.2257>
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Bubble Tea. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 17(1), 34–45.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370-1385.
- Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

- Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 44-58.
- Mitra Bisnis. (2022). Perkembangan Industri Kecantikan (Bagian 2). <https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/pengembangan-diri/perkembangan-industri-kecantikan-bagian-2->. Diakses pada tanggal 22 Mei 2025.
- Muhiban, A., & Putri, E. K. (2022). Pengaruh Tampilan Produk dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee (Studi Kasus Konsumen Shopee di PT. Gucci Ratu Textile Kota Cimahi). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 249-266. doi: <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.633>
- Mustofani, D., & Hariyani. (2023). Penerapan uji korelasi Rank Spearman untuk mengetahui hubungan tingkat pengetahuan ibu terhadap tindakan swamedikasi dalam penanganan demam pada anak. *UJMC (Unipdu Journal of Medical Science)*, 9(1), 9–13.
- Nada, F., Ramadhayanti, A., & Masahere, U. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna Tiktok Shop. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 1(1), 1-8. doi: <https://doi.org/10.70052/jeba.v1i1.45>
- Natalia, T. (2024). Lampau Wardah, Hanasui Jadi Kosmetik Paling Laris Jelang Lebaran. [https://www.cnbcindonesia.com/research/20240408105805-128-529320/lampau-wardah-hanasui-jadi-kosmetik-paling-laris-jelang-lebaran#:~:text=Penjualan%20Top%2010%20Brand%20Ramadhan%202024&text=Dari%20data%20diatas%20terlihat%20untuk,716%20\(sudah%20termasuk%20diskon\)](https://www.cnbcindonesia.com/research/20240408105805-128-529320/lampau-wardah-hanasui-jadi-kosmetik-paling-laris-jelang-lebaran#:~:text=Penjualan%20Top%2010%20Brand%20Ramadhan%202024&text=Dari%20data%20diatas%20terlihat%20untuk,716%20(sudah%20termasuk%20diskon)). Diakses pada tanggal 20 Mei 2025.
- Nofitriani, N. N. (2020). Hubungan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget pada siswa kelas XII SMAN 8 Bogor. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 53-65.
- Nurhalijah, S. D., Cahyati, N., Romadhona, A., Maulani, N., & Rahayu, M. S. (2024). Analisis Korelasi Spearman Untuk Mengetahui Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Produktivitas Akademis Mahasiswa Agribisnis (Studi Kasus : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa). <https://doi.org/10.5281/zenodo.13766003>

- Puspita, V., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tik Tok Shop Di Kota Bengkulu. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 133-142.
- Populix. (2022). The Social Commerce Landscape in Indonesia. <https://info.populix.co/articles/report/the-social-commerce-in-indonesia/>. Diakses pada tanggal 22 Mei 2025.
- Puspita, V., & Safrianti, S. (2024). Pengaruh Live Streaming, Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tik Tok Shop Di Kota Bengkulu. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 133-142.
- Puspitasari, D., Argiati, S. H. B., & Putrianti, F. G. (2022). Impulsive buying ditinjau dari kontrol diri pada mahasiswi penggemar k-pop di Yogyakarta. *Journal of Psychology Students*, 1(2), 104-112. <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16977>
- Putri Melinda, P. U. P. U. T. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Ceriamart (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Karawang: CV Saba Jaya Publisher.
- Risalah, D. F. (2025). *Wardah memanfaatkan momentum boikot, perkuat posisi di pasar kosmetik halal. Sharia Republika*. <https://sharia.republika.co.id/berita/ssshcm423/wardah-memanfaatkan-momentum-boikot-perkuat-posisi-di-pasar-kosmetik-halal>. Diakses pada tanggal 8 Juni 2025.
- Risalah, D. F. (2023). *Ramai kosmetik pro Zionis, Wardah pastikan boikot bahan baku terkait Israel. Ekonomi Republika*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s4s9ue502/ramai-kosmetik-pro-zionis-wardah-pastikan-boikot-bahan-baku-terkait-israel>. Diakses pada tanggal 8 Juni 2025

- Rosidah, A., & Prakoso, A. F. (2021). Pengaruh literasi ekonomi dan kontrol diri terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi universitas negeri surabaya. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 275-287. doi: <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.398>
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh celebrity endorser dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494-505. doi: <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Sanditya, R. (2019). Hubungan celebrity endorser dengan keputusan pembelian produk pakaian pada konsumen secara online di media sosial instagram. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 100-104.
- Silvialorensa, D. D., Qurrotul, E., & Khoirunnisa, S. (2021). Perkembangan Peran Mahasiswa Universitas Islam Majapahit Terhadap Kegiatan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 7(2), 179-189. doi: <https://doi.org/10.35972/jieb.v7i2.584>
- Simanjuntak, W. M. B., Siagian, E. M., & Siregar, H. (2023). Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Toko Sepatu Clinton Balige. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 65-73. doi: <https://doi.org/10.36985/kj2ekp09>
- Sudjarwo & Basrowi. (2009). *Manajemen Penelitian Sosial*. h.255. Bandung: CV. Mandar Maju
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. h.61. Bandung: Alfabeta
- Suryani, T., & Tatik. (2007). *Perilaku konsumen* (Edisi pertama). Yogyakarta: Andi.
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43-56.
- Swarjana, I. K., & Skm, M. P. H. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Swastha, D. H., & Handoko, T. H. (2008). *Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen* (Edisi ke-1, cet. ke-4). Yogyakarta: BPFE.

- Tangney, J., Baumeister, R., & Boone, A. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72, 271-324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263>.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 597-603. doi: <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- Trisnawati, R., & Wibisono, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Ketersediaan Produk Wisata, Citra Destinasi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Kampung Karuhun Sumedang. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 18(3), 238-247. doi: <https://doi.org/10.31940/jbk.v18i3.238-247>
- Tupamahu, F. A. S., & Balik, D. (2020). Efek moderasi kontrol diri pada hubungan sifat materialisme terhadap pembelian impulsif online. *Public Policy*, 1(2), 115-136.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271-279. Doi: <https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>
- Wahyudi, R., & Kurniawan, I. S. (2019). Pengaruh kontrol diri, stabilitas emosi, ekstrovert, dan ketelitian terhadap keputusan pembelian tiba-tiba pada masyarakat daerah istimewa yogyakarta. *Efektif Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 17-24.
- Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Artikel*, 8(2), 10-20.
- Wicaksana, A. H., & Nuryanto, I. (2024). Pengaruh Viral Marketing, Influencer Marketing dan Live Streaming Shopping terhadap Keputusan Pembelian pada TikTok Shop di
- Wulandari, D. S., Huda, N., & Albushairi, S. A. (2017). Pengaruh Faktor Lingkungan, Psikologis dan Individu Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas di Kota Banjarmasin. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 5(2), 157-174. doi: <https://doi.org/10.20527/jwmthemanagementinsightjournal.v5i2.107>