

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1). <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.111>
- Brown, S. C., & Knox, D. (2016). Why buy an album? The motivations behind recorded music purchases. *Psychomusicology: Music, Mind, and Brain*, 26(1). <https://doi.org/10.1037/pmu0000134>
- Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M. M. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. In *Perilaku konsumen : perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). Ilmu Perilaku Konsumen. In *Universitas Brawijaya Press*.
- Febrisusanty. (2021). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Fladeo di Basko Grand Mall Padang. *Academy of Management Journal*, 5(3).
- Ghozali. (2013). Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS), Edisi 4, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasinya*.
- Hadi, S. P. (2007). *Perilaku Konsumen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haida, R., Sari, A., Bursan, R., & Nabila, N. I. (2022). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Album Fisik Boy Group EXO di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.16526>
- Hair. (1998). Multivariate data analysis. *Englewood Cliffs*.
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A primer on partial least squares structural equations modeling (PLS-SEM). Sage Publications. *Journal of Tourism Research*, 6(2).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hidayah, E. M., & Handayani, L. S. (2022). Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan

- (Skin Care) Secara Daring pada Pengguna Shopee di Kabupaten Bekasi. *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi Dan Teknik*, 4. <https://doi.org/10.32897/sobat.2022.4.0.1906>
- Hudani, A. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Social, dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Kartika, V. C. (2018). Gaya Hidup Penggemar EXO di Surabaya Terhadap Produk Merchandise Boyband EXO. *Universitas Airlangga*.
- Kartikasari, H., & Sudrajat, A. (2022). Makna Pembelian Album Fisik Bagi Penggemar Budaya Pop Korea. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(3). <https://doi.org/10.20961/jas.v11i3.59242>
- Kim, Y. J., Lee, J., & Lee, M. (2018). Purchasing Behavior of K-pop Idol Goods Consumers in Korea. *Journal of Fashion Business*, 22(6).
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). Marketing Manajemen. In *Pearson Education*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Li, X. (2022). Reasons for the Success of KPOP (Korean Popular Music) Culture in the International Spread. *Proceedings of the 2022 8th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2022)*, 664. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220504.475>
- Linda, M. (2022). Analisis Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Modeshop Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 13(2). <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v13i2.211>
- Listyorini, S. (2012). Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1).
- Luhtanen, R., & Crocker, J. (1992). A Collective Self-Esteem Scale: Self-Evaluation of One's Social Identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18(3). <https://doi.org/10.1177/0146167292183006>
- Musrif'an, & Hariyanto, J. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di Restoran Burger King Salemba Raya. In *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Issue 2020)*.
- Natalia, R., & Sutawidjaya, A. H. (2024). Impact of Consumer Motivation and Behavior on Social Instagram Media Platforms Somethinc Skincare

- Purchases. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1531–1548.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2800>
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J. J. O. I. (2005). Perilaku Konsumen. *Jurnal Agora*, 5 No.(september).
- Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol*, 39(2).
- Ratmono, D., Mahfud, & Sholihin. (2013). Analisis SEM-PLS dengan WARP-PLS 3.0. In *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*.
- Rizaldi, M., Bahri, S., & Parani, D. (2023). Dinamika Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO di Kota Palu. *Teaching and Learning Journal of Mandalika*, 4(2).
<http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/teacherAkreditasiSinta5,SK.Nomor:152/E/KPT/2023>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. In *Andi*.
- Saragih. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu Di Jakarta. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2).
- Schiffman, Leon, Kanuk, & Leslie, L. (2007). Perilaku Konsumen Edisi Kedua. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Setiadi, N. J. (2013). Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga. *Perilaku Konsumen, January 2010*.
- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *JURNAL EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 19(1).
<https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3948>
- Sugiono. (2004). Konsep, identifikasi, alat analisis dan masalah penggunaan variabel moderator. *Studi Manajemen & Organisasi*, 1(2).
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode*

Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D, 2015.

Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jurnal JIBEKA*, 7(2).

Syahril, R. (2017). Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Handphone Android. In *Jurnal Komunikasi* (Vol. 3).

Veronica, M., & Paramita, S. (2019). Eksploitasi Loyalitas Penggemar Dalam Pembelian Album K-Pop. *Koneksi*, 2(2).
<https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3920>

Wahyuni, A., Periyadi, & Syafitri, M. H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Serta Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merk Iphone. *Journal of Management and Social Sciences*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jimas.v3i4.1675>

Wibowo, H. M., & Sumiati. (2019). Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).

Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Perspektif*, Vol. 15.(2).

Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3).

Zhuang, L. (2019). *The Influences of Idol Effect on the Purchasing Decisions of Their Fans*. <https://doi.org/10.2991/ssmi-18.2019.31>