

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., & Triono, L. D. (2020). Fresh Frozen Fish Consumer Behavior: Effect of The Mix and Trust Marketing on Buying Interest, Purchase Decision and Customer Satisfaction in E-commerce, Silly Fish Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 4(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/493/1/012041>
- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran. In S. Mahdi (Ed.), *Manajemen Pemasaran* (p. 81). Bandung: alfabeta.
- Algifari. (2015). *Analisis Regresi (Untuk Bisnis dan Ekonomi)* (Edisi 3). BPFE-Yogyakarta.
- Amperaningrum, I., & Putri, A. (2013). Faktor-Faktor PPsikologis yang Memengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kota Bekasi. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 5, 287–293.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bahri, S. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Destian, S. (2017). *Pengaruh Perilaku Konsumen (Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis) Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Modifikasi.Com Di Kota Bandung*. 4(3), 2434–2441.
- Fitramulyana, Y. (2016). *pengaruh kepercayaan, resepsio resiko, dsn keamanan Terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko online: Study pada toko online OLX.co.id*. Universitas negeri Yogyakarta.
- Gulo, W. (2002). Metodologi Penelitian. In *Metodologi Penelitian* (p. 44). Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Haryadi, & W. (2013). *SPPS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasibuan, M. (2015). *Manajemen Dasar, Pengretian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Indahningrum, R. putri. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Secara Online saat Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Millenia Di Jawa Tengah. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 6(1), 1–9.

- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *E-Journal STIE Dewantara*, X(1), 14–27.
- Kaniawati, K. (2019). Analisis Pengaruh Psikologi Konsumen Dan Etnosentrisme Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu Di Cibaduyut Bandung (Studi Kasus Konsumen Diana Shoes Bandung). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 247. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i2.5065>
- Kim, J. S., & Jong Ho Lee. (2017). Structural Influence and Relationship between the Environmentally-friendly Attitude and Purchase Intention based on the College Students' Values towards Organic Produces- Moderating Effect of Consumer Confidence -. *Culinary Science & Hospitality Research*, 23(2), 45–55. <https://doi.org/10.20878/cshr.2017.23.2.005>
- Kotler, & Amstrong. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing*. Jakarta: Person Education Limited.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (Global Edition)* (Edisi tuju). Jakarta: Pearson Education Limited.
- Kurnia, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pt. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal Pundi*, 4(01), 9–15.
- Liao, S. H., & Chung, Y. C. (2011). The effects of psychological factors on online consumer behavior. *IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management*, July, 1380–1383. <https://doi.org/10.1109/IEEM.2011.6118142>
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *MANAJEMEN PEMASARAN Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Malau, H. (2018). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (p. 1). Bandung: Alfabeta.
- Maliyah, S. (2015). Pengaruh Citra Merek , Kepercayaan (Trust) dan Komitmen Management. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 9–21.

- Malla, S. (2020). *Determinants of Purchase Intention Towards Counterfeit Fashion Products : An Enquiry Among Working Professionals in Nepal*. 9(4), 257–277.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Mastuti, E. (2010). *Analisis faktor alat ukur kepribadian big five (Adaptasi IPIP) pada mahasiswa suku jawa*. *INSAN*. 7.
- Mowen, C. J. (2017 C.E.). *Perilaku Konsumen* (Mahanani Nurcahyo (ed.)). Jakarta: Erlangga.
- Nasution, A. E., Putrim L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Hargam Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194-199
- Nugroho, S. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data dengan SPSS*. Yogyakarta: SRIPTA Media Creative.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, O. (2012). *perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Pinem, R. (2018). *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Kain di Pajak Ikan Medan (Studi pada Toko Indotex)*. Universitas Sumatera Utara.
- Puspita, F., Risqiani, R., & Fikri, A. (2018). *The Influence of Website Quality , Perceived Benefit and Trust to Online Shopping Attitude and Online Purchase Intentions*. 1029–1035.
- Rahayu, G., Kurniati, D., & Suharyani, A. (2020). The Influence of Psychological Factors on The Buying Decision Process of Tropicana Slim Sweetener Products. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 253–264.
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(12), 112–129.

- Setiadi, A. (2018). Pengaruh Kepemimpinan dan Kompetensi Aparatur Terhadap Kualitas Pelayanan Publik. *Journal of Managemen Review*, 2(2), 209–218.
- Siregar, S. (2015a). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : PRENAMEDIA GROUP.
- Siregar, S. (2015b). Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. In *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*.
- Sitompul, S. S. (2019). Model Analisis Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone Pada Asia Ponsel Pekanbaru. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 322–334. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.611>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar-dasar Metodologi Penelitian. In *Dasar-dasar Metodologi Penelitian* (p. 49). Literasi Media Publishing.
- Sudaryono. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Taufiq, R. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Konsep Dasar, Analisis dan Metode Pengembangan*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran, Edisi Tiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Umar, & Husen. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua* (Edisi Kedu). Jakarta :RAJAGRAFINDO PERSADA.

- Wibowo, lili adi, & Priansa, donni juni. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Yulianto, E. (2016). Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen KFC Cabang Mall Olympic Garden Malang). *Jurnal Manajemen*, 40(1), 1–7.
- Yuliawan, E., Siagian, H., Willis, L., Manajemen, P. S., & Mikroskil, S. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Jurnal Manajemen*, 12(2), 34–49.
- Wati, R. W. R., Robustin, T. P., & Hartono. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Pribadi Dan Faktor Sosial Dalam Keputusan Pembelian Rumah Di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang (Studi Kasus Pada Perumahan Griya Kunir Asri). *Jurnal Progress Conference*, 2, 564–571.
- Zamzam F. F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. In *aplikasi metodologi peneletian* (pp. 75–76). Jakarta: Deepublish.

