

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, F., & Sofian, S. (2011). Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M-150 di Semarang. *Skripsi Universitas Diponegoro*.
- Anggraini, D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Produk terhadap Minat Beli Pakai *Second Brendid* (Studi Pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Jambi). *Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*.
- Astria, R., Junaida, E., & Bulan, T. P. L. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan Pembelian Kosmetik Emina di Kota Langsa. *JIM Manjmrn: Manajerial Terapan*, 1(1), 51–63.
- Ataini, V., Purnomowati, R., & Rochaeni, S. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Bunga Potong (Studi Kasus Pondok Lily Rawa Belong, Jakarta Barat). *Sharia Agribusiness*, 1(1), 37–70.
- Azis, A. (2018). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Kecamatan Tamalate Kota Makassar. *Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: 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.
- Falah, A. N. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian pada Masa Pandemi Covid-19 pengguna Aplikasi Shopee Kuartal Kedua Tahun 2020. *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Ghozali, Imam. 2020. *25 Grand Theory, Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama. Semarang

- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ginting, E. (2016). Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek “Samsung” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur) Periode Bulan Maret - Mei 2015. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 190–209.
- Handayani, S. (2021). Pengaruh Faktor Pribadi, Psikologis, Sosial dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*.
- Hanif, A. A. N., Aprilani, D., & Adistya, D. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Ciplaz Mall Lampung di Bandar Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(4), 179–186.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT.Gramedia : Jakarta.
- Indriati, T. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Export Import pada PT. Aman World Logistic. *Skripsi Stia dan Manajemen Kepelabuhan Baruwaniti Surabaya*.
- Kotler, & Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Amstrong. (2014). *Principles of Marketing* (Edisi kedua). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th Editi). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing (Global Edition)* (Edisi tujuh). New Jersey: Pearson Edication Limited.
- Kuncoro, M. (2013). *Metodologi Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis* (Edisi Kemp). Jakarta: Erlangga.
- Kunang Rindi, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Era Modernisasi Global*. Bandung:

Alfabeta.

- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Mitra Wacana Media.
- Manullang, M., & Hutabarat, E. (2016). *Manajemen Pemasaran dalam Kompetisi Global*. Indomedia Pustaka.
- Natanael, K. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Generasi Y di Surabaya. *Angora*, 8(1).
- Noviasari, H., & Ikram, M. A. (2013). Pengaruh Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR Canon Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 3(9), 1–15.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah data dengan SPSS*. Yogyakarta: Skripta Media Creative.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N. & Sulistyan, B. R. (2021) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang : Widya Gama Press
- Pratiwi, K. I., & Mandala, K. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis dan Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3619–3645.
- Prayitno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: Andi offset.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi jadi Mudah dengan IBM SPSS*. Surabaya: Jakat Publishing.
- Riduwan. (2018). *Dasar - Dasar Statistika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rustawati, Nasution, S., & Yanti, R. T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Makanan Cepat Saji Mc.Donald's Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review-Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- 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, N. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sihombing, Y. (2017). Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Produk Ipad pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Methodist Indonesia. *Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Siregar, S. (2015). *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Siregar, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Andi Offset.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta Andi Offse
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono.(2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, & Yudi, S. (2010). *Marketing in Practice*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supriyono, & Iskandar. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen membeli di Indomaret. *E-Jurnal STIE AUB Surakarta*, 2(3), 44–47.
- Syafirah, Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 6086–6095.
- Tamba, D. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Membeli Di Indomaret (Studi Kasus Pada Mahasiswa

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara).  
*Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17, 30–50.

Thamrin, A., & Francis, T. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.

Ummah, N., & Rahayu, S. A. (2020). Fashion Involvement, Shopping Lifestyle dan Pembelian Impulsif Produk *Fashion*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1).

Wahyu, Y. I. (2018). Faktor-Faktor Pendorong Orang Membeli Pakaian Bekas di Yogyakarta (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Konsumen Pakaian Bekas). *Skripsi Universitas Sanata Dharma*.

Widarjono, A. (2015). *Statistika Terapan* (Edisi Terahir). Yogyakarta: UPP STIE YKPN.

Yusnita, M. (2019). *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Semarang: Alprin.

<https://katadata.co.id/agustiyanti/berita/6192533aaf3f4/indonesia-impor-47-ribu-ton-pakaian-dari-cina-sepanjang-2021> (diakses pada 24 Januari 2022/19.00)

