

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, C., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Dompui, Y. (2020). *Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Danpsikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalamkeputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace*.
- Ajzen. (2019). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*.
- Bahri, S. (2018). *Statistik untuk Penelitian*. Salemba Empat.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Ghozali. (2020). *Grand Theory, Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*. Yoga Pratama.
- Heka Ananda Putri. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Volume 11*. <https://books.google.co.id/books?id=Wb-NDwAAQBAJ>
- Heri Prasuhanda Manurung, & Hilmiatus Sahla. (2020). Pengaruh Faktor Budaya Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cream Merek Ekonomi Di Kabupaten Asahan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(2), 102–107. <https://doi.org/10.37058/jem.v6i2.2034>
- Hikmawati F. (2017). *Metodologi Penelitian*. Pt. Raja Grafindo Persada.
- Ketut Indah Pratiwi, & Kastawan Mandala. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis,Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembeliankebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4*.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Manajemen*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Tjiptono, F. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 10). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Ediisi 12). Erlangga.
- Kwanda Natanael. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Danpsikologis Terhadap Keputusan Pembeliansmartphone Xiaomi Generasi Y Di Surabaya (Vol. 8, Issue 1).
- Mahardika Putri Stevany, & Ema Nurzainul Hakimah. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Dan Pribadi Terhadap Keputusanpembelian Produk Kosmetik Emina(*Studi Kasus Mahasiswi Universitas Nusantara PGRI Kediri*).
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Era Modernisasi Global*. Alfabeta.

- Mira Shelviana, Edi Wibowo, & Marjam Desma Rahadhini. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol 19.
- Nugroho, J. S. (2019). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Prenada Media.
- Nugroho, R. (2020). *Metodologi Penelitian (Edisi revisi)*. Prenadamedia Group.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N. & Sulistyan, B. R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Widya Gama Press*.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Alfabeta.
- Purwadinata, S., & Nandasari, R. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Scarlett (Studi Pada Toko Online Scarlett Sumbawa). <http://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/samalewaPp>.185-193
- Putri, M. S. (2021). *Perilaku konsumen dan pengaruh kelompok sosial*. Mercu Buana Press.
- Santoso, B., & Pratama, D. (2018). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sariah Vica Ermia Saragih, Dina Novia Priminingtyas, & Febriananda Faizal. (2023). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik Di Pasar Modern Kota Malang Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 7(2), 993–1005. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.50>
- Sarwono. (2016). *Psikologi Konsumen: Mengenali Konsumen Melalui Teori dan Riset*. PT Grasindo.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior*. Pearson.
- Solomon, M. R. (2017). *Perilaku Konsumen: Membeli, Memiliki, dan Menjadi* (Edisi 17). Pearson.
- Sri Kemala, Diah permata, Almasdi, Jennisa Dwina Indrian, & Haza Nurul Muslimah. (2023). Analisis Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Pasar Padang Luar. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2930–2941. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1817>
- Wijaya, H., & Sari, M. (2019). *Manajemen Strategi Pemasaran: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. CAPS.
- Supriyono, & Dibyo Iskandar. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Di Indomaret. *Jurnal Kelola*, 2(3), 43–59.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan* (Andi (ed.)).
- Wahyuning Murtiati. (2019). *Statistika Deskriptif*. Widya Gama.
- Widarjono, A. (2015). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi*. UPP STIM YKPN.
- Wijaya, T. (2019). *Perilaku konsumen: Teori dan implementasi dalam pemasaran*. Deepublish.

