

DAFTAR PUSTAKA

- Astria, R., Junaida, E., & Bulan, T. P. L. (2021). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap keputusan pembelian kosmetik Emina di Kota Langsa. *JIM Manjrmrn: Manajerial Terapan*, 1 (1), 51-63.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Ekowisata. *Jurnal Manajemen*, 5(1)(1), 69-78.
- Bauran, D. A. N., Terhadap, P., dan Pembelian, K. (2015). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia. Perkembangan Mode Kebaya Khususnya di Bali Sangat Pesat. Masyarakat Umumnya Kaum Wanita di Bali, Tidak Tanggung – Tanggung untuk Selalu Mengikuti Tren Kebaya yang Berlaku. Hal. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (11), 3619-3645.
- 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.
- Fahmi. 2016. *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Bandung: Alfabeta.
- Hudani, Amalia. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal E-Bisma*, 1 (2), 99-107.
- Ichwanda Ayu Hamida & Amron. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 25 (April 2020), 33-42.
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial, dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi kasus pada konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Ilmu manajemen*, Vol. 1 No. 2.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K.P., Bairizki, A., Lestari, A.S., Rahayu, D.W.S., Butarbutar, M., Nipus, H., Hasbi, I., Evera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kotler, P. A. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (Global Edition 18e, Issue 1). Pearson Education Limited. www.pearsonglobaleditions.com
- Kotler, P. & K. (2018). *Marketing Management 15th Edition*. (New Jersey).

- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lamb, C. W. (2017). *Pemasaran. Salemba Empat*.
- Natanael, K. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Generasi Y di Surabaya. *Angora* 8(1).
- Poluan, J. G., & M. M. K., (2021). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Luar Daerah pada Objek Wisata di Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9 (1).
- 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.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran*: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.