

## DAFTAR PUSTAKA

- Destian, S. (2017). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN (FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGIS) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SITUS MODIFIKASI.COM DI KOTA BANDUNG. *E-Proceeding of Management*, 4(3), 2434–2441.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ilmi, N., & Suwitho. (2016). PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(8), 1–18.
- Karedza, G., Sikwila, M., & Bhebhe, T. B. (2017). The Impact of Psychological Influences on Consumer Buying Behavior of SMEs' Products: A Case Study of the Manufacturing Sector in Zimbabwe. *Asian Business Research Journal*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.20448>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson Education.
- Lichev, G. T., & Tsenov, D. A. (2017). PSYCHOLOGICAL FACTORS IN DETERMINING CONSUMER BEHAVIOUR. *Eastern Academic Journal*, (1), 8–16. Retrieved from 2367-7384
- Pratiwi, K. I., & Mandala, K. (2015). PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, PSIKOLOGIS, DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEBAYA BORDIR PADA JEJEG AYU BOUTIQUE DI KUTA. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3619–3645.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. (D. A. Halim, Ed.). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sofyan, M. D. (2015). PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO SUNSILK DI BANJARMASIN TENGAH. *KINDAI*, 11(2), 102–112.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprayitno, A., Rochaeni, S., & Purnomowati, R. (2015). PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RESTORAN GADO-GADO BOPLO (Studi Kasus: Restoran Gado-Gado Boplo Panglima Polim

- Jakarta Selatan). *Agribisnis*, 9(2), 177–214.
- Supriyono, & Iskandar, D. (2015). PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, INDIVIDU DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DI INDOMARET. *Kelola*, 2(3), 43–60.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. (A. Djojo, Ed.) (I). Yogyakarta: Gava Media.
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Yuriska, M. R., & Sukirno, I. (2014). PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PERSONAL, PSYCHOLOGICAL, DAN KULTURAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CENTRO DEPARTMENT STORE MELALUI STIMULUS MIDNIGHT SALE. *MODUS*, 26(1), 77–84.