

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghoni, Tri Bodroastuti, Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang).
- Agnita Yolanda, Nurismilida, Vivi Herwinda, 2017. *Affect Of Cultural Factor On Consumer Behaviour In Online Shop*. International Journal Of Scientific & Technology Research Volume 6, Issue 06.
- Agung Nugroho, "Teknologi Komunikasi", (Yogyakarta:Graha Ilmu,2010)
- Ahmad M. Ramli, Cyber Law dan Haki dalam Sistem hukum Indonesia,(Jakarta:Refika Aditama,2004).
- Andi Faisal Bahari dan Muhammad Ashoer, "Pengaruh Budaya,Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata", dalam Jurnal Manajemen,Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Indonesia, Makasar
- Andi Muhammad Irwan, 2019. Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secaraonline (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Volume 1, No. 2.
- Bahari, A.F., Ashoer, M., 2018. Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. J. Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)
- Bambang Somantri, Ghina Cynthia Larasati, 2020. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia Vol. 5, No. 8.
- Basu Swastha, 2007, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Basu Swastha, 2003. Manajemen Pemasaran Modern edisi 2. Yogyakarta : Liberty.
- Budi Santoso, Drs., M. 2009. Riset Perilaku Konsumen Studi Mengenai Perilaku Konsumen Terhadap Online Shopping . Jurnal Perilaku Konsumen, 1–2.

- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. Perilaku Konsumen. Jakarta : Erlangga.
- Chairul Adhim, 2020. Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace, jurnal Pendidikan Tambusai Volume 4 Nomor 1.
- Darwis Tamba, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Membeli di Indomart", Jurnal Ekonomi, Vol.1 No.2 2016
- Farida Mey Megasari Subiyanto Putri, 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online (Studi pada Konsumen E-Commerce Shopee). Skripsi Tidak Dipublikasikan. Semarang : Universitas Stikubank Semarang.
- Galuh Candra Purnaningsih, 2021. Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Milenial Pada Marketplace Shopee (Studi Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung 2016). Skripsi.
- husein, Umar. 2010. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ishfihana Rakasyifa, Gema Wibawa Mukti, 2020, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayur Dan Buah Di Ritel Online (Suatu Kasus pada Konsumen Ritel Online di Jakarta), Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis.
- Kerin, Hartley, Rudelius. 2013. Marketing The Core. Fifth Edition. McGraw-Hill Irwin
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip, 2005. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. Principles of Marketing. 14th Ed, Prentice Hall, Jakarta
- Kwanda Natanael, 2020. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Generasi Y Di Surabaya. AGORA Vol 8, No : 1
- Lamb, Charles. W. Et.Al. 2001. Pemasaran. Buku I Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

- Machfoed Mahmud, 2005. Perilaku konsumen.jilid 1.penerbit akademi manajemen perusahaan.yogyakarta.
- Machfoedz Mahmud, 2005, Pengantar Pemasaran Modern, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Marheni Eka Saputri, 2016. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. Jurnal Socioteknologi, Vol. 15, No 2.
- Muhammad Imam Hafidz, 2018. Pengaruh Faktor Budaya Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Prudential Life Assurance. JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, Vol. 2, No. 2.
- Nadhilah Umadji, S.L.H.V Joyce Lopian, Rotinsulu Jopie Jorie, 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Roti Di Bread Factory. Jurnal EMBA,Vol.7.
- Philip Kotler and Gary Amstrong, 2016. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga, Edisi 13, Jilid1.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran Jilid I Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Reny Widya Rahma Wati, Tri Palupi Robustin, 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). Progress Conference Volume 2.
- Rudi Yanto Batara Silalahi, Martuahman Parlindungan Purba, 2021. Online Shopping Consumer Behavior During Covid-19 Pandemic. Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 9 No. 1.
- Sheikh Qazzaf, 2020. *Factor Affecting Consumer Buying Behavior: A Conceptual Study*. IJSRD - International Journal for Scientific Research & Development Vol. 8, Issue 2.
- Sinambow, Sandy. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. Jurnal EMBA. Vol. 3, No. 3 September 2015, Hal. 300 -

311. Diunduh dari: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/search/>.
Diakses pada: 7 Oktober 2021

Soffian Assauri, 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Surya Destian, 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 : Vol.4,

Sutabri, Konsep Sistem Informasi. Yogyakarta :Andi Publishier. 2012.

Sutisna,Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remaja Rosdakarya.2003.

Swastha, DH dan Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen, Edisi I, BPFE Yogyakarta

Totok Subroto, Jurnal Ekonomi Modernisasi : Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian,Vol.3, No.3,2007.

Ujang Sumarwan,Perilaku Konsumen :Teori Penerapan dalam Pemasaran,(Bogor: Ghalia Indonesia,2017)

Ulis Sa'adah, Nur Hidayati , Siti Asiyah, Dampak Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Pembelian Mahasiswa Feb Unisma Pada Situs Tokopedia. e – Jurnal Riset ManajemenPRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma.

Usman Effendi, Psikologi Konsumen. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada 2016.

Yusrini Meidita,Suprpto,Retno Indah, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan,Kepercayaan,dan Loyalitas Pelanggan pada E-commerce(Studi Kasus Shopee),Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer,Vol.2 No.11 November 2018.