

DAFTAR PUSTAKA

- Lawan, L. A., & Zanna, R. (2013). Evaluation of socio-cultural factors influencing consumer buying behaviour of clothes in Borno State, Nigeria. *International Journal of Basic and Applied Science*, 1(3), 519-529. Diakses melalui https://www.researchgate.net/profile/LawanAmdan/publication/354423807_pdf pada 6 Desember 2023
- Lichev, G. T. (2017). Psychological factors in determining consumer behaviour. *Eastern academic journal*, 1, 8-16. Diakses melalui <https://www.e-acadjournal.org/article-17-1-2.html>. pada 6 Desember 2023
- Rawal, P., & Upadhayay, S. (2017). Understanding Consumer Behaviour and Impact of Integrated Marketing Communication on Decision Making. *International Journal of Current Research and Modern Education*, 2(2), 21-27.. Diakses melalui <https://elk.adalidda.com/2017/10/195.pdf> . pada 6 Desember 2023
- Abidin, Z.2017. “*Pemasaran Hasil Perikanan*”. UB Press:Malang.
- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Jurnal pendidikan tambusai*, 4(1), 239-247.
- Ahmad Tanzeh.2019. *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras).
- Ahmad, A. W. 2016. *Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Berbelanja di Hypermart Gorontalo*. *Skripsi*, 1(911411076). Diakses

melalui <https://repository.ung.ac.id/skripsi/show/9114> pada 31 Agustus 2023

Basu, swastha dan Irawan.2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Daraayu.N.D. (2021). *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Perilaku Pembelian*. *Jurnal Aset* Vol. 13 No. 2.

Diakses melalui <https://widymanggala.journal.ac.id> pada 2 September 2023

Dwicahyo, A. T., Adiarni, N., & Najamuddin, M. (2017). *Pengaruh Konsep Produk, Budaya Konsumsi, dan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumen Mengonsumsi Produk Kebab (Studi Kasus: Kebab Turki XXX)*. *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 6(1), 8-14.

Diakses melalui <https://industria.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/248> pada 29 Agustus 2023

Hartono.2014. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Haryo liman setyo. “*umkm menjadi pilar penting dalam perekonomian indonesia*”. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593>. Diakses pada 20 Maret 2023

James F. Engel .2013. *Perilaku Konsumen, Edisi 6 : jilid 1*. Penerbit Binarupa Aksara.

Kotler dan Armstrong.2013. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid Satu*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia).

Kussudyarsana, K. (2019). *Survei BUDAYA DAN PEMASARAN Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumen. Manfaat: Jurnal Manajemen dan Bisnis* , 12 (2), 172-180. Diakses melalui <https://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/download/1284/847> pada 29 Agustus 2023

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller.2018. *Manajemen Pemasaran terjm.* Bob Sabran Jilid I edisi 13, Jakarta: Erlangga.

Marbun, I. I., & Ginting, E. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen Kopi Luwak bermerek di Kota Medan. *Journal of Agriculture and Agribusiness Socioeconomics*, 3(6), 15244. Diakses melalui <https://JournalofAgricultureandAgribusinessSocioeconomics.ac.id/index.php/proceedings/article/view/227> pada 31 Agustus 2023

Mauludin, M. S. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di e-Commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123. Diakses melalui <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings/article/view/225> pada 30 Agustus 2023

Mowen, Michael Minor. 2015. Perilaku Konsumen (Jilid 1),. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga, 2015

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid Dua, (Jakarta: Erlangga, 2018).
- Raharjo S. 2021. *Cara Melakukan Uji Normalitas Kolomogorov-Smirnov menggunakan SPSS*. Diakses melalui <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html> pada 7 Agustus 2023.
- Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk, 2015. *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition
- Subianto, Totok. 2017. *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Syaiful, I. A., & Sari, A. V. K .2016. *Faktor-faktor yang Memengaruhi perilaku konsumen dalam bertransaksi di media sosial*. *psikohumaniora: jurnal penelitian psikologi*, 1(1), 95-112. Diakses melalui <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/Psikohumaniora/article/view/904> pada 29 Agustus 2023
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2016. *Service Quality dan Satisfaction*, Edisi Keempat. Yogyakarta : Andi.
- Tonda, firmansyah et al. *Literature Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi*. Jurnal pendidikan dan ilmu sosial

(JMPIS). Volume 3, Issue 2, Juli 2022. Diakses melalui <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1114> pada 29 Agustus 2023

Wiratna Sujarweni.2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press).

Yanti, I. 2018. *Analisis pengaruh faktor psikologis dan religiusitas perilaku Muslimah Kota Medan terhadap konsumsi kosmetik halal dan baik. At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 294-313. Diakses melalui <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/2751> pada 2 September 2023