

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, (2021). Manajemen Pemasaran. Bumi Persada. Lhokseumawe
- Adnan (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategi*
- Ahmed, Z., Su, L., Rafique, K., Khan, S. Z., & Jamil, S. (2018). A Study on the Faktors Affecting Consumer Buying Behavior towards Online Shopping in Pakistan. *Journal of Asian Business Strategy*, 7(2), 44–56.
<https://doi.org/10.18488/journal.1006/2017.7.2/1006.2.44.56>
- Asmas, D., dan A. Tarmizi. 2021. Pengaruh Budaya dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instant merk Indomie (Studi pada kelurahan Telanaipura Kecamatan Telanaipura). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(2), 454-459.
- Ataini, V., R. Purnomowati., dan S. Rochaeni. 2021. Pengaruh Faktor Sosial, Budaya, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Bunga Potong (Studi Kasus Pondok Lily Rawa Belong, Jakarta Barat). *Sharia Agribusiness Journal*, 1(1).
- Assauri, S. 2016. "Manajemen Operasi Produksi". PT .Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Edyansyah dan Ahyar (2022), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Merek Honda (Studi Kasus Di Kota Lhokseumawe)
- Erlina dan Sri Mulyani, 2017, Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan. Manajemen, Terbitan Pertama, Penerbit USU Press,
- Ghozali, I. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS"Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hindratno, J., M. Sahay., dan Y. Manurung. 2021. Pengaruh Budaya, Persepsi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Tradisional di UKM Pasar Kahayan Kota Palangka Raya. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan bisnis, Akuntansi*, 1(1), 9-17.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(2), 99–107.
<https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>

- Jumiarti, J., S. Saroh. dan R. N. Hardati. 2021. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren (Studi Kasus Pada Masyarakat Dinoyo). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(1), 148-154.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Lawan, L., & Zanna, R. (2013). Evaluation of Socio-Cultural Faktors Influencing Consumer Buying Behaviour of Clothes in Borno State, Nigeria. *International Journal of Basic and Applied Science*, 1(3), 519–529. <https://doi.org/10.17142/ijbas-2012.1.3.7>
- Liu, S. X., Lu, Y. X., Liang, Q. P., & Wei, E. Y. (2010). Moderating effect of cultural values on decision making of gift-giving from a perspective of self-congruity theory: An empirical study from Chinese context. *Journal of Consumer Marketing*, 27(7), 604–614. <https://doi.org/10.1108/07363761011086353>
- Luo, Y. (2009). Analysis of Culture and Buyer Behavior in Chinese Market. *Asian Culture and History*, 1(1), 25–30. <https://doi.org/10.5539/ach.v1n1p25>
- Lamb, Hair dan McDaniel, (2021), *Pemasaran, Buku I, Edisi Pertama, Salemba Empat*. Jakarta.
- Maroah, S., dan M. Ulfa. 2021, September. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Personal, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 126-135.
- Marwati, M., dan A. Amidi. (2019). Pengaruh Budaya, Persepsi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 168-180.
- Melani, S. Y., & Pangemanan, S. S. (2015). Analyzing the Influence Among Cultural Faktor, Sosial and Psychological With the Customer Buying Decision of Oriflame Product in Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 986–996.
- Mubarokah, ., & Winarno, S. T. (2021). Faktors Affecting Consumer Decisions in Consuming Coffee in Surabaya, Sidoarjo and Gresik. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 39(11), 512–517. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2021/v39i1130778>
- Mursyid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta
- Pratiwi, K. I., & Mandala, K. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), 3619–3645.

- Putri, H. A. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11, 21.
- Rehman, F. U., Yusoff, R. B. M., Zabri, S. B. M., & Ismail, F. B. (2017). Determinants of personal factors influencing the buying behavior of consumers in sale promotion: The case of the fashion industry. *Young Consumers*, 33, 15–28. <http://ci.nii.ac.jp/naid/40018809388/>
- Santosa, R. (2021). The Influence of Cultural Faktors, Sosial Faktors, and Personal Faktors against Customer Purchase Decisions in Using Wedding Services Organizer in Surabaya. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 77–90. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2415>
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Swastha dan Handoko, T. Hani. 2019. Manajemen. Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono. (2016). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.