

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, C. (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: 239-247.
- Aditama, R.A. (2020), **Pengantar Manajemen: Teori dan Aplikasi**, Malang: AEPublishing.
Yogyakarta: Deepublish (Anggota Penerbit CV. Budi Utama).
- Firmansyah, M.A. (2019), **Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)**, Surabaya: : CV. Penerbit Qiara Media.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. **Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)**, 99-107.
- Indrasari (2019), **Pemasaran & Kepuasan Pelanggan**, Surabaya: Unitomo Press
Irwan, A.M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secaraonline (Studi KasusPada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). **FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen**. Volume 1, No. 2.
- Kotler, P. & G. Amstrong, (2008), **Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I**. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. & K.N. Keller (2009), **Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid1**, Jakarta : Erlangga.
- Kurniawan, G. (2020). **Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce**. Jakarta: Penerbit Mitra Abisatya.