

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, A. F., Parakkasi, I., & Rusydi, B. U. (2018). Tinjauan Sosiologi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Kota Makassar Pada Pasar Virtual. *Al-Falah. Journal of Islamic Economics*. <https://doi.org/10.29240/jie.v3i1.346>
- Amperaningrum, I. & Putri, A. (2013). Faktor-Faktor Psikologis yang Memengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kota Bekasi. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*.
- Bucatariu, M., Nicolescu, A. I., & Taşnadi, A. (2017). Consumer Behaviour Towards New Products. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*. <https://doi.org/10.1515/picbe-2017-0096>
- Constantinides, E. (2004). Influencing The Online Consumer's Behavior: The Web Experience. Internet Research. *Journal of International Conference on Business Excellence*. https://doi.org/10.1108/10662240410530_835
- Fredereca, B. G., & Chairy. (2010). Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali *Smartphone Blackberry*. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v3i2.2397>
- Fitria. (2013). Karakteristik Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian (Studi Kasus PT. Hadji Kalla Cabang Gowa). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayati, Z. (2019). Teori Teori Pengambilan Keputusan. *Jurnal Forum Ilmu Sosial Berpikir*.
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Secara *Online*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*.
- Jariah, A. (2012). Analisis Faktor-Faktor Pribadi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor di Lumajang. *Jurnal WIGA*.
- Katrin, L. (2010). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Javana Bistro Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Laksmiadewi, A. D., Saryadi, & Nurseto, S. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Mobilio di Kota Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Maharani, N. (2015). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk *Iphone* di Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*.
- Makarewicz, A. (2013). Consumer Behavior as a Fundamental Requirement For Effective Operations of Companies. *Journal of International Studies*. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2013/6-1/10>
- Manyiwa, S., & Crawford, I. (2002). Determining Linkages between Consumer Choices in a Social Context and The Consumer's Values: A means-end Approach. *Journal of Consumer Behaviour*. <https://doi.org/10.1002/cb.89>
- Muljono, W. & Setiyawati, S. (2019). Efek Negara Asal Korea pada Evaluasi Produk Konsumen Mongolia dan Niat Beli. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*.
- Nugroho, S. A. (2019). Hasil Penjualan Mobil 2018, Masih Milik Toyota. Retrieved from <https://otomotif.kompas.com/read/2019/01/18/170300815/hasil-penjualan-mobil-2018-masih-milik-toyota>
- Oke, A. O., Kamolshotiros, P., Popoola, O. Y., Ajagbe, M. A., & Olujobi, O. J. (2016). Consumer Behavior Towards Decision Making and Loyalty to Particular Brands. *International Review of Management and Marketing*.
- Peighambari, K., Sattari, S., Kordestani, A., & Oghazi, P. (2016). Consumer Behavior Research: A Synthesis of the Recent Literature. *Journal of SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/2158244016645638>
- Purba, B. (2020) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Untuk Membeli Mobil Toyota Avanza di Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*.
- Putera, M. A. (2017). Analisis Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mobil Pada PT. Mahakam Berlian Samjaya di Samarinda. *E-Journal Administrasi Bisnis*.
- R. Y., Mega & Sukirno. (2014). Pengaruh Faktor Sosial, Personal, *Psychological*, dan Kultural Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Centro Departement Store* Melalui Stimulus *Midnight Sale*. *Jurnal Modus*.

- Rafiz, F. M. (2016). Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Raharja, S. W. (2016) Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*.
- Reisinger, Y. & Dimanche, F. (2020). Consumer Buying Behavior. *Journal of International Tourism*. <https://doi.org/10.4324/9780080941288-25>
- Rohayuningsih, H., Handoyo, E., I. (2015). Berpikir Kreatif dalam Pengambilan Keputusan. *Jurnal Forum Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.15294/fis.v42i1.9248>
- Rusdiono, A. S. & Asmara, A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PT. TAF (*Toyota Astra Financial Services*). *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet: Bandung.
- Suharman. (2019) Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Online Start-Up Di Kota Medan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*.
- Surachman, E. (2010). Dimensi Teologis dan Sosiologis Dalam Relasi Umat Beragama. *Jurnal Studi Al-Quran*.
- Veterinawati, D. (2013). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian *Blackberry* di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*.
- Victor, V., Thoppan, J. J., Nathan, R. J., & Maria, F. F. (2018). Factors Influencing Consumer Behavior and Prospective Purchase Decisions in a Dynamic Pricing Environment-An Exploratory Factor Analysis Approach. *Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.3390/socsci7090153>
- Wandi, S. & Abaharis, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Merek Avanza di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/tmq28>