

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Abdullah. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Abdullah dkk. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Achmad, B., Maskan, M., & Alifuhlatin, U. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Polinema Press.
- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner dan Strategis, Volume 7, Nomor 2*, 1-9.
- Agung dan Wijayanti. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tanaman Hias. *Jurnal Ekonomi Pertanian & Pembangunan, Vol.14 No 1*.
- Agustine, M. A., Astuti, M., & Sembiring, R. (2021). Peran Citra Merek dan Harga dalam Keputusan Pembelian Jasa Ranahcreative di Jabodetabek. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, Vol. 14 No.1*, 29-40.
- Albushairi, S. A., Huda, N., & Rifani, A. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi Pada Riset Pemasaran*. Depok: PT RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Ananda, R. F., & Tumanggor, M. B. (2022). Pengaruh Harga dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Bunga hias (Studi Kasus Konsumen Tanaman Bunga Hias di Kawasan Tanaman Bunga Hias Dusun V Kecamatan Pagar Merbau). *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 1 No. 2*, 109-121.
- Badan Pusat Statistik Jakarta. (2015). *Produksi Tanaman Hias di Jawa Timur*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- (2022). *Produksi Tanaman Hias di Indonesia*. Jakarta Pusat: Badan Pusat Statistik.
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018). Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. *Jurnal Manajemen, Vol. 5 No.1*, 69-78.
- Constantia, A. (2017). Faktor-faktor Internal Yang Berhubungan Dengan Motivasi Melanjutkan Pendidikan Nurse. *Jurnal Nurse Indonesia*.
- Damayanti, R. P., & Susanti, A. (2021). Antecedent Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada Masa Pandemi Di Surakarta. *Jurnal Lentera Bisnis, 10 (2)*, 172-181.
- Damiati, dkk. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT Grafindo Persada.

- Dharmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Ebbert, R. J., & Griffin, R. W. (2015). *Pengantar Bisnis, Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, A. (2018). *Pemasaran Produk dan Merek*. Pasuruan: Qiara Media.
- (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gohae, M., Dakhi, P., & Duha, T. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan, Volume 4, Nomor 2*, 297-308.
- Harahap, D. H. (2015). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis, Vol 7. No. 3*, 227-242.
- Hasanah, N. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada Cv. Paris Garden Medan. *Jurnal Plans Volume 12 No: 1*, 13-21.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria Di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 1(2)*.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi, Vol.1 No. 2*, 99-107.
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial, dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, Volume 1, No. 2*.
- Isnan, N. A. (2020). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans (Studi Konsumen di Outlet Vans Mal Kota Kasablanka). *Jurnal STEI Ekonomi, Vol. 20 No. 20*, 1-18.

- Istikomah, R., & Isa, M. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Makanan Di Kota Surakarta. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 21 No. 2*, 98-110.
- Jariah, A. (2015). Analisis Faktor - Faktor Pribadi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Lumajang. *Jurnal WIGA, Vol. 2 No. 2*, 1-18.
- Kadji, Y. (2016). Teori Motivasi. *Jurnal Inovasi*, 3-18.
- Kamila, Salma dan Trimo, Luciana. (2022). Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Tanaman Hias Kaktus Melalui Pemasaran Online Di Catci Heaven Bandung. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis. , Vol. 8 No.2*, 1435-144.
- Khafidin. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Saind dan Teknologi*, 1-15.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Edition ed.). Pearson Education, Inc.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E-Commerce*. Sidoarjo: Mitra Abisatya.
- Kurniawati, Nurul Imani. (2020). Analisis Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover Kota Semarang. *Jurnal Forum Ekonomi, Vol. 22, No. 2*.
- Larasati, D., & Lutfiati, D. (2017). Pengaruh Faktor - Faktor Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Perawatan Badan Pesona Reflexology Royal Plaza Surabaya. *e-journal, Vol. 6 No. 2*, 96-104.
- Lautiainen, L. (2015). Factors affecting consumers' buying decision in the selection of a coffee brand. *Journal of Business Administration*, 1-33.
- Linawati. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Di Toko Kebun Asri Ngawi Perspektif ekonomi Syariah Di Masa Covid-19. *Jurnal Manajemen, Volume 4 Nomor 2*. 722-8460.
- Mahendra, M. M., & Ardani, A. K. (2018). Pengaruh Umur, Pendidikan, Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik The Body Shop Di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi*, 442-456.
- Mahmudi, I., & Linawati. (2021). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di toko Kebun Asri Ngawi Perspektif Ekonomi Syariah dimasa Covid 19. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam, Volume 4, No 2*, 22-36.
- Muniarti, M. P. (2015). *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Penerbitan Unika Soegijapranata.

- Noviana, A., Indriani, Y., & Suriaty, S. (2015). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Tanaman Hias Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. *JIIA, VOLUME 2, No. 1*, 77-85.
- Nugraha, J. P. (2021). *Konsep Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nurlina, Nurfadilah, & Bahri, A. (2021). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Makassar: LPP UNISMUH MAKASSAR.
- Nuryuliani, H., Kassa, S., & Howara, D. (2021). Analisis Referensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Pada Toko Bunga Nursery Krismalin Di Kota Palu. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian, 20(2)*, 124-130.
- Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 39 No. 2*, 105-111.
- Rahmad, R., Sabri, S., & Nasfi, N. (2020). Pengaruh Faktor Pribadi, Organisasi, dan Non Organisasi terhadap Komitmen Karyawan pada PT. PLN Area Bukittinggi. *Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 8 No. 1*, 142-152.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rossanty, Y, Nasution, M. D., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millenial*. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Saekoko, A. N., Nyoko, A. E., & Fanggalda, R. P. (2020). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Cendana). *Journal Of Management (SME's)*, Vol. 11 No. 1.
- Safitri, N., Firmansyah, H., & Ferrianta, Y. (2020). Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Bunga Segar di Pasar Rakyat Kayutangi Kota Martapura. *Jurnal Frontier Agribisnis, Volume 1, No 4*, 26-33.
- Saifullah, M. S., Harisudin, M., & Setyowati. (2022). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Tanaman Hias Sekulen secara Online di Eks Karesidenan Surakarta. *Jurnal AGRISTA, Vol. 10 No. 4*, 11-23.
- Saleh, A. (2016). *Dinamika Kelompok*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Saputri, Kiki Anggun. 2019. Hubungan Antara Self Efficacy Dan Social Support Dengan Tingkat Stres Pada Mahasiswa Akhir Penyusun Skripsi Di FIP UNNES. *Journal of Guidance and Counseling. Vol. 4, No.1*, 101-122.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Zalora Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi, Vol. 15, No 12*, 292-297.

- Sari, Erlina Novita dkk. (2022). Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tanaman Hias di Bursa dan Pelelangan Menggung Forest Art 2 Kecamatan Tawangmangu. *Agricultural Socio-economic Empowerment and Agribusiness Journal. Volume 1, Nomor 1*, 1-9.
- Sari, Y. E., Ariska, F. M., & Lestari, S. P. (2021). Keputusan Konsumen terhadap Pembelian Tanaman Hias Selama Pandemi di Kecamatan Kotabumi Selatan. *Journal of Agriculture and Animal Science (Agrimals), Volume 1, Nomor 2*, 93-100.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen, Edisi Revisi. Cetakan ke tujuh*. Jakarta: Kencana.
- Sipayung, M. H., Rosnita. , & Eliza. (2017). Perilaku Konsumen dalam Pembelian Tanaman Hias di Kota Pekanbaru. *Journal of Agricultural Economics (JAE), Volume 8, Nomor 2*, 221-230.
- Suci, Wulan Sari. (2015). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Dalem Ngabean Resto. *Jurnal Fakultas Teknik*. Yogyakarta: UNY
- Sugi. (2018). *Penjelasan Lengkap Tentang Perilaku Konsumen*. Jakarta: CPSSoft.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sujawerni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No.2*, 130-142.
- Sumarwan, Ujang. (2017). *Perilaku Konsumen*. Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia
- Suprihati, & Utami, W. B. (2015). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma, Vol. 13 No. 1*, 104-116.
- Swarjana, I. K. (2022). *Konsep Pengetahuan, Sikap, Perilaku, Persepsi, Stres, Kecemasan, Nyeri, Dukungan Sosial, Kepatuhan, Motivasi, Kepuasan, Pandemi Covid 19, Dan Akses Layanan Kesehatan* . Yogyakarta: ANDI.
- Syafirah, Mananeke, L., & Rotinsulu, J. J. (2017). Pengaruh Faktor – faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Holland Bakery Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 5 No. 2*, 245-255.
- Tonda, F., Hanif, M. R., & Ningtyas, T. S. (2022). Literature Review Determinasi Perilaku KOnsumen Kebudayaan, Sosial, dan Pribadi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial, Volume 3 No 2*, 509-519.

- Wardhana, A. (2020). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Widyastuti. (2018). *Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis*. Yogyakarta: Cv Mine.
- Yare, M. (2021). Peran Ganda Perempuan Pedagang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Di Kelurahan Karang Mulia Distrik Samofa KABUPATEN Biak Numfor. *Jurnal Komunikasi, Politik, dan Sosiologi, Vol. 3 No. 2*, 17-28.
- Yulianvera, D. A., dan Ruknan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Pada PT Cipta Asri Florist Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 4, No. 2*
- Yuliati, U. (2016). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Jajanan Tradisional Di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 1, No. 1*.
- Zumara, S. R. (2022). The Influence of Cultural and Social Factors on Consumer Purchase Decisions of Ornamental Plants in Galeri Hejo. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development, Vol. 5 No. 1*, 72-81.