

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetak Ketuju, Penerbit Salemba Empat, Jln. Raya Lenteng Agung NO. 1 Jagakarsa, Jakarta Selatan, 12610
- Arikunto, S. . 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arpan, Y. (2023). *Riset Sumber Daya Manusia* (1 st ed.). Pusaka Media, Lampung
- Azhhari, R. A., & Yuliana, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo Pada Masyarakat Desa Jaharun B Dusun 1 Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 25–31. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v3i1.4072>
- Daulay, R., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 478–486. <https://ceredindonesia.or.id/index.php/sintesa/article/view/347>
- Handryanto, F., & Setianingsih, R. E. (n.d.). *Aplikasi Streaming Musik Spotify Di Jakarta*.
- Hendra Fure, (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 3.
- Indrawati, Ph. D. dkk, 2017. Perilaku Konsumen Individu Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat
- Mahardika, R. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian*. <http://lib.unnes.ac.id/30683/1/7311413135.pdf>
- Nurdin, S., & Sulastri, A. (2018). Lifestyle, Perceived Value dan Customer Value Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekspansi*, 10(2), 147–162.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis (4 th ed.)*. Salemba Empat, Jln.Raya Lenteng Agung No. 101, Jagakarsa, Jakarta Selatan, 12610

- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Fashion Pada Zalora Indonesia the Effect of Consumer Behavior Toward the Online Purchase of Fashion Product of Zalora Indonesia. *Sosioteknologi*, 15(2), 291–297.
- Setiadi, Nugroho. 2010. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sihombing, Iwan Kesuma (2019). *Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Soleh, Ahmad. 2017. *Strategi Pengembangan Potensi Desa*. Jurnal Sungkai Vol.5 No. 1, Edisi Februari 2017 Hal : 32-52
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, penerbit Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sumarwan (2014), *Definisi Perilaku Konsumen, Buku Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua, Penerbit (GI, Ghaila Indonesia). Bogor
- Suryani, T. n.d.(2013). *perilaku Konsumen Di Era Internet : Implikasinya pada strategi pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Veronika. 2016. Pengaruh Iklan dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen, Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi (Kasus Calon Konsumen Shampo Dove di Pusat Perbelanjaan Gardena *Departement Store* dan Supermarket Yogyakarta, Univrsitas Sanata Dharma. Yogyakarta.

Sumber internet:

https://www.hsbc.co.id/1/PA_esf-ca-app/content/indonesia/personal/offers/news-and-lifestyle/files/articeles/htm/201906/memahami-apa-itu-bisnis-retail-dan-karakteristiknya.html.