

DAFTAR PUSTAKA

- Aldiva (2019). Pengaruh gaya hidup dan marketing mix terhadap minat beli ulang produk sepatu merek converse. *Jurnal Ekonomi manajemen*
- Afianka. (2017). pengaruh gaya hidup terhadap minat beli konsumen *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 178–185.
- Ardi. (2017). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli ulang konsumen melalui produk perumahan. *Jurnal ekonomi dan bisnis*
- Adila. (2017). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli ulang konsumen melalui produk perumahan. *Jurnal ekonomi dan bisnis*
- Afianka (2017). Pengaruh gaya hidup terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Emba*, Vol.231
- Adila (2017). Pengaruh marketing mix terhadap minat beli konsumen membeli produk perumahan. *Jurnal Ekonomi pemasaran*
- Alma, (2019) Manajemen ekonomi pemasaran. Jakarta : Rineka Putra.
- Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Alfionita. (2016). Promosi Melalui Sosial Media , Brand Awareness , Purchase terhadap minat beli ulang. *Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>
- Budiman. (2018). pengaruh kepuasan dan harga terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 178–185. <http://www.oppo.com/id/about-us/>
- Durianto. (2017). Jurnal Ekonomi MODERNISASI IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT BELI ULANG Totok Subianto. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3, 165–182.
- Emin (2017). Penggunaan gaya hidup konsumen Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pt a&S Holiday Travel Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://eprints.polsri.ac.id/2380/3/BAB II.pdf>
- Fandi (2018). Pengaruh marketing dan promosi terhadap minat beli konsumen pada produk sosro. *Jurnal Emba*
- Hamdan. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa* , (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.120. <http://repository.iainpare.ac.id/2482/3/16.2300.058 BAB 2.pdf>
- Hamdani. (2021). *Jurnal ekonomi manajemen pemasaran. Referensi 2021*. 11–35.
- Kotler. (2018). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta

- Keuangan, J. L., & Islam, B. (2020). *Asy-Syarikah Asy-Syarikah*. 2(1), 37–43.
- Kurnia, Y. (2015). Pengaruh marketing mix dan gaya hidup terhadap minat beli ulang pada toko bintang. *Uin Raden Fatah Palembang*.
- Kotler, dan Keller.(2018). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Liana. (2016). *Manajemen Pemasaran*, 12(1), 47–52.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.47>
- Li. (2016). Jurnal EMba ekonomi pemasaran : Tingkat kepuasan konsumen Asy-Syarikah Asy-Syarikah. 2(1), 37–43.
- Mustika, M. (2018). *Pengaruh marketing mix Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT.Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar*.
- Philip (2017). *Manajemen Ekonomi dan bisnis edisi revisi*. Jakarta : Rineka putra
- Rahmadani, C. A. (2019). *Pengaruh kepuasan dan marketing mix terhadap minat beli ulang*. 34.
- Rahmat, (2015). Pengaruh gaya hidup terhadap minat beli smartphonevivo pada masyarakat desa jaharun. *Jurnal Ekonomi manajemen*
- Suprianto, P. S. (2018). Promosi Festival Budaya Nyangku Panjalu. *Repository Universitas Pasundan*, 1–51. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/34288>
- Setiadi. (2018). Pengaruh Gaya hidup Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51.
<https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Sugiyono (2016). *Manajemen Riset*. Jakarta : Andi
- Tjiptono, Fandi (2018). *Riset ekonomi pemasaran*. Jakarta : Andi
- Unud, E. M. (2017). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali ,* 6(12), 6620–6650