



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

- Abidin, Yusuf Zainal. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi : Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Bandung : Pustaka Setia.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Belch,G. E & Belch, M. A. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*.New York: McGraw-Hill.
- Belch,G. E & Belch, M. A. (2003). *Advertisin and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York : McGraw-Hill.
- Berman, Barry dan Evans, Joel R, (2004). *Retail Management A Strategic Apporoach. Ninth Editon* New Jersey. Pearson Education. International.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Engel, J., Blackwell. R., & Miniard, P. (200). *Consumer Behaviour*. Singapore: Thomson.
- Koulopoulos , Tom & Dan, Keldsen. (2014). *Gen Z Effect: The Six Forces Shaping the Future of Business*.

- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Harlow : Pearson Education.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, Public Relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran..* Jakarta: Prenada Media Grup.
- Kriyantono, Rachmat.( 2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, Public Relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran..* Jakarta: Prenada Media Grup..
- Kuncoro, Mudrajad.( 2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Lake, Laura. (2009). *Consumer Behaviour for Dummies*. Indiana : Wiley Publishing.
- Laudon, K., & Traver, C. G. (2017). *E-Commerce 2016*. Harlow : Pearson Education.
- Moriarty, S., Mitchell, N. dan Wells, W. (2012). *Advertising and IMC: Principles and Practice*. New Jersey: Prentice Hall.
- Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Neuman, W. Lawrence.( 2014). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif*

*dan Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.

Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.

Pelsmacker, P. d., Geuens, M., & Berg, J. V. (2007). *Marketing Communications*. Harlow: Pearson Education Limited.

Peter, P., & Olson, J. (2009). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.

Priyatno, Duwi. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Salomon, Michael R. (2018). *Consumer Behaviour : Buying, Having , and Being*. Harlow : Pearson Education.

Santoso, Singgih. (2015). *SPSS 20 : Pengolah Data Statistik di Era Informasi*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Shimp, Terence. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Salemba Empat.

Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Edisi I. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Sujana,Asep. 2012. *Manajemen Minimarket* . Depok : Raih Asa Sukses.

Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Tuten, Tracy L. (2008). *Advertising 2.0 : Social Media Marketing in a web2.0 world*. United States : Praeger Publishers.

## **JURNAL**

Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management. (p. 42).

Christopher R. Plouffe, (2008) "Examining "peer-to-peer" (P2P) systems as consumer-to-consumer (C2C) exchange", *European Journal of Marketing*, Vol. 42 Issue: 11/12, pp.1179 - 1202

Kupperschmidt, B.R. (2000), "Multigenerational employees: strategies for effective management", *The Health Care Manager*, Vol. 19 No. 1, pp. 65-76.

Özkan ,Mustafa. (2017). Generation Z - The Global Market's New Consumers- And Their Consumption Habits: Generation Z Consumption Scale".Vol 5 No.1, pp 150-157.

Utomo, Tri Joko. (2011). *Persaingan Bisnis Ritel : Tradisional VS Modern : (The Competition of Retail Business: Traditional vs Modern)*.

Wood, Stacy. (2013) *Generation Z as Consumers: Trends and Innvation*, Nc State University, Institute for Emerging Issues, ., pp.1-3.

Putra, Yanuar Surya. (2016). *Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi*. Vol 9 No.18.

## **WEBSITE**

AT Kearney.(2017). *Global Retail Development Index*.  
<https://www.atkearney.com/documents/10192/12766530/The+Age+of+Fo>

[cus%E2%80%93The+2017+Global+Retail+Development+Index.pdf/770c5a53-d656-4b14-bc6c-b0db5e48fdc1](https://www.researchgate.net/publication/315555553/The+2017+Global+Retail+Development+Index.pdf/770c5a53-d656-4b14-bc6c-b0db5e48fdc1).

Bahar, Jeffrey. (2017). *Insight and Trends of E-Commerce in Indonesia Market Analysis*. <https://aseanup.com/insights-trends-e-commerce-indonesia/>

Databoks (2017, Juli 12). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/07/12/alfa-dan-indomaret-terus-tambah-gerai>.

We Are Social (2018, Januari 29). <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464>.

Ecommerce IQ. <https://ecommerceiq.asia/top-ecommerce-sites-indonesia/>.

Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/>

## SKRIPSI

Mufarida, Hani A. (2011). *Perilaku Konsumen E-Commerce di Kalangan Urban (Studi Tentang Gaya Hidup dan Budaya Konsumtif di Kalangan Remaja Kota Surabaya dari Perspektif Cultural Studies)*. Universitas Airlangga.

Vanessa, N. (2013). *Pengaruh Iklan Televisi "Terbang Di Atas Yang Lain Bersama Garuda Indonesia" terhadap Brand Image (Studi Kasus : Pengunjung Garuda Indonesia Service Centre Senayan City)*. Universitas Bina Nusantara.

Herdanu, M Rekfy (2017). *Pengaruh Iklan Televisi terhadap Minat Beli Konsumen , Pada Produk Susu Anlene PT Fonterra Brand (Studi Bandar Lampung) Universitas Lampung.*

