

DAFTAR PUSTAKA

- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Andriani, M. N., & Ali, M. M. (2013). Kajian eksistensi pasar tradisional Kota Surakarta. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 2(2), 252-269.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang. (2023). *Kota Padang Dalam Angka 2023*. BPS Kota Padang.
- Chaudhry, M. S. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*. (Jakarta: Prenada Media Grup, 2012). hal. 124.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Daniswara, A. (2016). *Pengaruh Budaya Perusahaan Terhadap Motivasi Kerja Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Karyawan* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Dawami, A. K. (2025). Peran Logo dalam Membangun Identitas Visual. *CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication*, 6(1), 26-37.
- Geertz, C. (2001). The bazaar economy: information and search in peasant marketing. *The Sociology of Economic Life*/Ed. by M. Granovetter, R. Swedberg, 2, 139-145.
- Isa, M. (2015). Memahami tipe dan karakter konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 1(2), 39-58.
- Juniar, A. P. R. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Salon Kecantikan LoveBeau Dharmawangsa* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Kasali, R. (2010). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lancia, F., & Azis, A. (2023). K-Beauty dan Standar Kecantikan di Indonesia (Analisis Wacana Sara Mills pada Kanal YouTube Priscilla Lee). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(01), 56-68.
- Laya, S. M. F. F. Menyelami Etika Konsumsi: Berbelanja Kebutuhan Harian pada Individu yang Mengadopsi Gaya Hidup

- Berkelanjutan. *Sasdaya: Gadjah Mada Journal of Humanities*, 8(2), 190-207.
- Mahbubi, J. (2016). *Gender CEO dan keputusan keuangan perusahaan di Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Maulidi, F., Hasan, S. A., & Anshori, M. I. (2023). Corporate Culture. *Asian Journal of Management Analytics*, 2(3), 351-366.
- Mulyati, A., & Junaeny, F. (2009). Pusat Pertokoan Dengan Konsep Pedestrian Mall di Kota Palu. *Ruang: Jurnal Arsitektur*, 1(1 September), 21-26.
- Naim, S., A'ffar, M., Sulistyowati, N. W., Destiana, R., Supriatna, E., Rukmana, A. Y., & Chusumastuti, D. (2023). Transformasi Toko Tradisional Menjadi Toko Berbasis Digital: Pelatihan Dan Pendampingan Untuk Menghadapi Era Digitalisasi. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 1(03), 215-222.
- Novaldi, H., & Yupelmi, M. (2024). Penerapan Standar Kompetensi Sante Per Aqua (Spa) pada Pelayanan Home Spa di Kota Padang. *Journal of Beauty and Cosmetology (JBC)*, 5(2), 1-7.
- Nursanjaya, N. (2021). Memahami prosedur penelitian kualitatif: Panduan praktis untuk memudahkan mahasiswa. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 126-141.
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafrida, L., Bano, V. O., ... & Sinthania, D. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Pradina Pustaka.
- Pradani, A. T., & Suhanti, I. Y. (2020). Persepsi sosial laki-laki terhadap perilaku male grooming. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 3(2), 43-51.
- Pramudya, A. A., Purnama, M. R., Andarbeni, N. S., Nurjayanti, P., & Anshori, M. I. (2023). Implementasi budaya kerja dan gaya kepemimpinan terhadap peningkatan kinerja karyawan. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 24-40.
- Putri, A., Hasnah, H., Paloma, C., & Yusmarni, Y. (2021). Perilaku konsumen dalam membeli kopi di masa pandemi Covid-19 Pada Coffee Shop Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(4), 1308-1321.
- Putri, A. (2017). Perkembangan penggunaan produk kosmetik di Indonesia. *Ekonomi dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, dan Terapan Teori*, 21(2), 59-64.

- Putri, E. T., Widyastuti, S., Badi, S., & Djoharsjah, T. (2021). Pengaruh Faktor Pendorong Pemilihan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah Serta Implikasi Pada Loyalitas Konsumen Remaja. *J Bisnis dan Komun*, 6(1), 62-70.
- Putri, V., & Dwatra, F. D. (2024). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Perilaku Impulsive Buying dengan Self-Control sebagai Variabel Mediator pada Konsumen Miss Glam di Kota Padang. *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 2(1), 61-67.
- Rahma, F. (2022). Tindakan Konsumtif Produk Fashion Dan Kosmetik Remaja Generasi Z Kota Padang (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Ramdhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rothacher, A. (2004). *Corporate Cultures and Global Brands*. World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Saiza, N. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Price Discount dan Location terhadap Impulse Buying pada Miss Glam di Kota Padang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi).
- Saputra, S., & Rangkuti, P. W. (2022). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan (Social Media Marketing), Dan Kualitas (Brand Image), Terhadap Purchase Decision Pada Cosmetics. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1091-1106.
- Shalsabilla, M. (2024). Strategi Branding Miss Glam dalam Membangun Brand Awareness sebagai K-Beauty Store di Kota Padang (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Sugianto, H., Setyowati, E., & Hardiman, G. (2012). Shopping Mall Di Kota Pekalongan.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sungkawati, E., Meliantari, D., Egim, A. S., & Mulyana, M. (2022). Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar).
- Syafrida. (2021). "Kearifan Lokal dalam Dinamika Pasar Tradisional Minangkabau." *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(2)
- Syahril Ramadhan, S. I. P., Bukhari Muslim, S. E., MM, M. S., C ME, C., Aneta, Y., & Efa Irdhayanti, S. E. (2024). Transformasi budaya organisasi membangun kesuksesan melalui perubahan budaya: buku referensi.

- Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Artikel*, 8(2), 10-20.
- Zahra, S. (2022). Definisi, Kriteria dan Konsep UMKM.

