

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, D. O. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cke Teknik Semarang. *Journal of Management*, 4(4). 1–22.
- Agdayemawer, Anuja., Kumar, Mahesh (2017). *Impact of Visual Merchandising on Consumers' Buying Choice with reference to Reliance Fresh*. *International Journal of Management, IT& Engineering*, 1 (12). 166- 175.
- Anggraeni, Faridha. (2016). *Pengaruh Promosi, Diskon, dan Impulse Buying terhadap Keputusan Pembelian Hypermart PTC Surabaya*. *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*. Vol. 5. No. 7. Hal. 1-15
- Arifah, F. Q., & Saputri, M. E. (2018). *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen MINISO Kota Bandung*. *Sosiohumanitas*, XX(1), 109–123.
- Bashar & Ahmad. (2012). Visual Merchandising and Consumer Impulse Buying Behaviour: *An Empiric Study of Delhi & NCR*. *International Journal of Retail Management & Research (IJRMR)*. Vol. 2, Issue 4 Dec. 31-41. TJPRC Pvt. Ltd.
- Baskara, IB. (2018). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Studi Pada Pengunjung Matahari Departement Store Johar Plaza Jember). *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Dalihade, Massie, dan Tielung. (2017). Pengaruh Potongan Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Departement Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3538-3548.
- Fauzi, F. M., & Amir, F. (2019). *Pengaruh Dimensi Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Suzuya Mall Kota Banda Aceh*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 245–258.

- Fazri, A. M., Arifin, Rois., Primanto, A. B. (2020). *Pengaruh Visual Merchandising, Potongan Harga, Kualitas Layanan dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi Pada Pembeli Toko Paradise (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Sisir)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen. Vol. 9. No. 8.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jamnani, A., dan Daddikar, P. (2015). *Influence of Visual Merchandising on Customer Buying Decision- A Case Study of Inmark Retail Store*. Asia Pacific Journal of Research. Vol: I. Issue XXX: 107-113.
- Jovita, G. S. (2017). *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 11(1), 16–25.
- Kim, J. (2003). *College Students' Apparel Impulse Buying Behaviors In Relation to Visual Merchandising*. University of Georgia in Partial, A Thesis Submitted To The Graduate Faculty of the University of Georgia.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, Sri Isfantin Puji. (2018). *Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta*. Jurnal Maksipreneur, Vol. 7 No. 2 (Juni), 129-140
- Mehta, N. P. & Chugan, P. K. (2013). *The Impact of Visual Merchandising on Impulse Buying Behavior of Consumers: A Case from Central Mall of Ahmedabad India*. Universal Journal of Management. 1(2): 76-82.
- Pancaningrum, E. (2017). *Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls*. Jurnal Ilmu Ekonomi Dam Pembangunan, 17(1), 23-40
- Pegler, M. M. (2012). *Visual Merchandising and Display Sixth Edition*. New York: Fairchild Books.

- Situmorang, S. H., & Lufti, M. (2014). Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis. Medan: USU Press.
- Soundhariya, S., dan Sathyan, S. (2015). *Visual Merchandising and its Impact on Customer Buying Decisions*. Indian Journal of Applied Research. Vol. 5.
- Subagyo, P., & Djarwanto. (2005). Statistik Induktif Edisi 5. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. (2018). Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta: ANDI
- Thomas, A., Louise, R., & Vipinkumar, V. P. (2018). *The Impact of Visual Merchandising on Impulse Buying Behavior of Retail Customers*. International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology. Vol. 33. No. 4.
- Utami, Christina Whidya. (2014). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.