

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, F. G. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Produk Zara pada Pelanggan Sun Plaza Medan*. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/14169>
- Ainurzana, A. A., & Jemadi, J. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kepercayaan, Dan Penggunaan Brand Ambassador K-Pop Idol Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(2), 351–366. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i2.9939>
- Ali, S. F. S., Aziz, Y. A., Yusuf, R. N. R., & Ng, S. I. (2019). *Evaluation The Role of Sales Promotion in Influencing Impulse Buying Behavior: A Comparison Between International Local Tourist at Premium Outlet in Malaysia*. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 4(15), 32–43. <https://doi.org/10.35631/JTHEM.415004>
- Amelindha Vania, K. A. S. P. I. M. (2021). *Peran Visual Merchandising dan Store Image terhadap Peningkatan Customers' Purchase Intention*. *Jurnal Ekonomi*, 26(2), 250. <https://doi.org/10.24912/je.v26i2.749>
- Anjarnarko, T. S., & Mardikaningsih, R. (2022). *Visual Merchandising dan Motivasi Hedonik terhadap Pembelian Impulsif*. 3(3), 445–450. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i3.1313>
- Aprilia, P. W., & Krisnawati, W. (2023). *Enrichment: Journal of Management The effect of visual merchandising, advertising creativity, e – service quality , and perceived value against the Spotify premium service purchase decision*. 13(5).
- Berman, B. R., & Evans, J. R. (2010). *Retail Management: A Strategic Approach (13th Edition)*. In *Pearson*. Pearson Education. <https://doi.org/10.1520/GTJ103256>
- Bougie, U. S. R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Kahlian Edisi 6*.
- Cahyani, M. N. (2020). *Dampak inovasi dan visual merchandise terhadap minat beli Merchandise Lawless Store*. <https://uwks.ac.id>
- Chaniago, H. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Edukasi Riset Digital.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Pustaka Pelajar.
- Darmanto, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Website Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli DI Aji Darmanto , Theresia Pradiani , Widi Dewi Ruspitasari Program Pasca Sarjana , Institut Teknologi Dan Bisnis Asia*.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Seminar*

Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020, 73–79.

- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*. Deepublish.
- Evans, B. B. and J. R. (2007). *Retail Management: A Strategic Approach*. In *Retail Management: A Strategic Approach* (13th ed., pp. 101–127). Pearson.
- Ferdinand, & Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Edisi 5*. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. UNDIP Press.
- Firah, A., & Siregar, N. U. (2023). *Pengaruh Promotion, Visual Merchandising Dan Personal Selling Terhadap Minat Beli Konsumen Pt Shafco Multi Trading Medan*. In *JaManKu* (Vol. 4, Issue 2). <https://doi.org/10.35447/JAMANKU.V4I2.648>
- Fraenkel, Jack R., Wallen, N. E. (2009). How to Design and Evaluate Research in Education. In *McGraw-Hill Higher Education*. McGraw-Hill. <https://lib.ui.ac.id>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9. In *Journal of Management and Business*. Universitas Diponegoro. https://slims.umn.ac.id/index.php?p=show_detail&id=19545
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan)*. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(1), 24–31. <https://doi.org/10.32500/JEBE.V1I1.872>
- Kotler, P. and Keller, K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran (A. Pramesta (ed). Andi*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Marceline, A. T. (2023). *Pengaruh Online Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Somethinc x NCT Dream*. <http://ejournal.uajy.ac.id/id/eprint/30596%0Ahttp://ejournal.uajy.ac.id/30596/2/190906822-1.pdf>
- Margery, E. (2023). *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM) Volume 1 , No . 2 , Oktober 2023 ISSN : 3025-9363 (online) Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM) Volume 1 , No . 2 , Oktober 2023. 1(2), 135–145.*
- Mauldy, I. (2020). *Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)*. STIE Indonesia Jakarta.
- Moch, N. (2018). *Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Promotion, dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Super Indo Kota Malang)*. 21, 1–9.

- Nida Nur Anbiya, & Aning Sofyan. (2022). Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(2), 130–137. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i2.555>
- Nurfazria, S. (2016). *Penerapan Visual Merchandising di laboratorium PUB (pengelolaan Usaha Busana) Universitas Negeri Jakarta. Pendidikan Tata Busana.*
- P. Mehta, N., & K. Chugan, P. (2013). *The Impact of Visual Merchandising on Impulse Buying Behavior of Consumer: A Case from Central Mall of Ahmedabad India. Universal Journal of Management*, 1(2), 76–82. <https://doi.org/10.13189/ujm.2013.010206>
- Palit, D. W., Mandey, S. L., & Djemly, W. (2023). Advertising, Personal Selling Dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Y.O.U Di Matahari Dept. Store Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 11(1), 465–476.
- Parawansa, D. A. S., Munir, A. R., Fakultas, M., & Universitas, E. (2018). *Pengaruh Visual Merchandising , Display Product , Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus : Konsumen Matahari Department Store Di Kota Makassar) The Effect Of Visual Merchandising , Product Display Dan Store Atmosphere On Impu.* 88–103.
- Pramono. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa.* Intidayu Press.
- Purnomo, D., Fisioterapi, A., & Semarang, W. H. (2018). *Uji Validitas Dan Reliabilitas Step Test Sebagai Alat Ukur Keseimbangan Pada Lansia. Jurnal Fisioterapi Dan Rehabilitasi*, 2(2), 53–70. <https://doi.org/10.33660/JFRWHS.V2I2.23>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). *Exploring Factors Affecting Buying Interest of Smartphones During the Covid 19 pandemic. Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 124–130. <https://doi.org/10.7777/JIEMAR.V2I4.1701>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D.* Bandung:Alfabeta. In *Metode Penelitian Kualitatif dan R & D.* Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* ALFABETA.
- Sundari, A., & Syaikhudin, A. Y. (2021). *Manajemen Ritel* (M. A. Syihabuddin (ed.)).
- Suyaman, D. J., Andriani, E. F., Alifiana, S., Juniar, D., & Azzahra, F. (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 472–587. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.361>

- Thejaya, I. (2019). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Pada Manna Kopi. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 4(3), 468–478. <https://doi.org/10.37715/JP.V4I3.1660>
- Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, R. S. (2020). pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada gofood di Jakarta. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan Farmaka Tropis Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur, 2010*(marketing mix), 5–24.