

DAFTAR PUSTAKA

- 6 *Elements of Visual Merchandising Displays*. (n.d).
<https://www.digitalsignagetoday.com/>.
<https://www.digitalsignagetoday.com/blogs/6-elements-of-visual-merchandising-displays/>
- A, I. A. (2022). *VISUAL MERCHANDISING PADA RETAIL*. Binus University.
<https://binus.ac.id/malang/interior/2022/06/28/visual-merchandising-pada-retail/>
- admin. (2020). 8 Langkah Penting Dalam Manajemen SDM (Sumber Daya Manusia) Yang Benar. *Djavasoft.Com*. <https://djavasoft.com/mengelola-sdm/#respond>.
- Arief, M. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan (Studi Ksus di SD Insan Amanah Malang). *Al-Madrasah: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 6(1). <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-madrasah/article/view/709>
- Atmaja, H. S., Achsa, A., & Sijabat, Y. P. (2023). Pengaruh sales promotion, store atmosphere, dan kualitas pelayanan terhadap impulse buying pada konsumen alfamart kota magelang magelang city. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(1), 98–105. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i1.1773>
- BEHAVIOUR : WITH SPECIAL REFERENCE TO SUPERMARKETS IN*. (2023). 439–445.
- Blessa, R. (2015). *No-Fail Retail* (M. T. Horikiri (Ed.)). iUniverse.
- Eka Sari, A. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 13(1), 55–73.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13964>
- Ekawati, F. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMPIT. *Journal.Uinsgd.Ac.Id*, 3(2).
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/isema/article/view/5006>
- Fadhil. (2023). *Strategi Marketing Skintific, Brand Baru yang Mampu Peroleh Omset Ratusan Juta. From Brand Tovenus*.
<https://bithourproduction.com/blog/strategi-marketing-skintific/>
- Fatmawati, N. I., & Zaini, A. (2023). Pengaruh Visual Merchandising Dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen Pada Miniso Mall. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 91–96.
- Hengky, S. H. . (2015). Fundamentals of Human Resource Management. *Journal*

- of Human Resources Management and Labor Studies*, Vol. 1 No.(February), 2013–2015.
- Hidayah, N., & Pamitkasih, T. R. (2023). Pengaruh Discount, Display Product, dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pt. Matahari Departemen Store Surakarta. *JISM: Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(2), 285–292.
- Ii, B. A. B. (1987). *Pengaruh Harga Diri...*, Andre Yulianto, Fak. Psikologi UMP 2019. 9–21.
- Ii, B. A. B. (2000). *Kecenderungan Impulsive Buying*. 1995, 1–21.
- Jumadi, A. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Sekolah Dasar Inklusi Al Irsyad Al Islamiyyah Depok . *Journal.an-Nur.Ac.Id*, 2(2). <https://journal.an-nur.ac.id/index.php/unisanjournal/article/view/1183>
- Keputusan, T., Brand, P., & Surabaya, M. D. I. (n.d.). 1 , 2 , \\\\. 9(1), 29–37.
- Lestiyani, D. N., Purwanto, S., Manajemen, P. S., Model, S. E., Influencer, J. P., & Pembelian, K. (2023). *ANALISIS PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN*. 5(1), 96–107.
- Maria Wijaya, C. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Pada MR. DIY Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(2), 281–291.
- Maria Wijaya, C., Keputusan, T., Brand, P., Surabaya, M. D. I., Septiana, I., Widyastuti, W., Nisakhurin, E. A., & Widiastuti, Y., Fatmawati, N. I., & Zaini, A. (2023). Pengaruh Visual Merchandising Dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen Pada Miniso Mall. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(2), 698. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p698-707>
- Maros, H., & Juniar, S. (2016). *Pengaruh fashion involvement dan visual merchandising terhadap impulse buying pada konsumen radity boutique di Binjai*. 1–23.
- Marwansyah. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Miko, J. (2017). strategi kampanye influencer. *Galang Tanjung*, 2504, 1–9.
- Moleong, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Myindibiz, A. (2023). *Jadi Skincare Viral, Inilah Strategi Marketing Skintific di TikTok*. Myindibiz. <https://myindibiz.co.id/artikel/jadi-skincare-viral-inilah-strategi-marketing-skintific-di-tiktok>
- Nisakhurin, E. A., & Widiastuti, Y. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Visual Merchandising, Dan Diskon Terhadap Impulse Buying Pada Toko Istana Pelangi Gresik. *JEBS (Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Sosial)*, 1(2), 107–119.

- Nur Indah Fatmawai, A. Z. (2023). Pengaruh Visual Merchandising dan Display Produk Terhadap Implusive Buying Konsumen pada Miniso Mall Olympic Garden Malang. *Aplikasi Bisnis*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.33795/jab.v9i1.487>
- Pahwa, A. (2023). *What Is Visual Merchandising? – Importance, Elements, & Examples*. Feedough. <https://www.feedough.com/what-is-visual-merchandising/>
- Putri Melinda, P. (2020). Pengaruh Harga, Iklan, Lifestyle dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Ceriamart. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta*, 16–17.
- Randhawa, D. K. K. (2022a). *Measurement Of Effect O Visual Merchandising On Consumer Impluse Buying Behaviour With Special Reference To Apparels In Punjab*. Shashwat Publication.
- Randhawa, D. K. K. (2022b). *Measurement of effects of Visual Merchandising on Consumer Impluse Buying Behaviour*. Shashwat Publication. https://books.google.co.id/books?id=O62qEAAAQBAJ&pg=PA52&dq=implusive+buying&hl=jv&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwiO28zWisSCAxWWS2wGHcIyB20Q6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=implusive buying&f=false
- Risnawati, S. S. (2023). *Manajemen ritel* (S. A. . Satriadi (Ed.)). CV. AZKA PUSTAKA.
- Rustamadji. (2020). Kualitas Kepemimpinan Pendidikan dalam Konteks Organisasi Pembangunan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Pendidikan*, 8(1), 78–86.
- Sabilulhaq, S. U. (2021). implementasi Fungsi Manajemen Perencanaan dan Pengorganisasian dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah. *Cendika: Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Sandra, J. V., & Anjaningrum, W. D. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pada Matahari Department Store Pasar Besar Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 49–59. <https://doi.org/10.32815/jpro.v2i2.873>
- Septiana, I., & Widyastuti, W. (2021). Pengaruh Sales Promotion, Product Quality, dan Hedonic Behavior pada Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 698. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p698-707>
- Sinaga, H. L., Damanik, H. M., & Purba, M. L. (2023). *PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN IN-STORE DISPLAY TERHADAP (Studi Pada Konsumen di Irian Supermarket Kota Medan)*. 01(01), 11–20.
- Sinaga, Y. E., & Marpaung, N. (2023). Pengaruh Visual Merchandising Dan

Potongan Harga Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Plaza Medan Fair). *Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(1), 83–97.

Subakti, H. (2023). *Bongkar 5 strategi Skintific, Brand Skincare Yang Paling Banyak Diminati. From Brand Tovenus.*
<https://bithourproduction.com/blog/bongkar-5-strategi-skintific/>

Susan, E. (2019). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA. *Jurnal Manajemen Pendidikan, Volume. 9*,(2), 952–962.

Visual Merchandising: Pengertian, Jenis dan Cara Menggunakannya. (2023).
[Https://Kledo.Com/](https://Kledo.Com/). <https://kledo.com/blog/visual-merchandising/>

Widiansyah, A. (2019). Pengendalian mutu: Implementasi manajemen sumber daya manusia, optimalisasi fungsi pengendalian dalam dunia pendidikan. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatik*, 21–26.

Widyadhana, A. J. (2023). Analisis Pengaruh Makro Influencer Dan Mikro Influencer Dalam Kol (Key Opinion Leader) Marketing Terhadap Brand Awareness Skintific . *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(4),