

DAFTAR PUSTAKA

- Afi Rachmat. (2019). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Fashion Raisya Bandar Lampung. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 8(agustus 2019).
- Al firah, nela ulfa siregar. (2023). Pengaruh Promotion, Visual Merchandising Dan personal Selling Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Shafco Multi Trading Medan. *Jamanku*, 4(februari 2023), 1–12.
- Ali, S. F. S. (2019). Evaluation The Role Of Sales Promotion In Influencing Impulse Buying Behavior: A Comparison Between International And Local Tourist At Premium Outlet In Malaysia. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*, 4(15 juni 2019), 32–43.
- Cox, R. and P. B. (2014). *Retailing an Introduction* (5 (ed.)). Prentice Hall.
- Enur. (2022). Pengaruh Promosi dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Lyfira Hijab Dimediasi oleh Kepercayaan. *Jurnal Ekonomi Mannajemen Bisnis*, 3(1 januari 2022), 21–30.
- gunawan. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition*. (Cetakan Pe). CV.Budi Utama.
- imam ghozali. (2018). *aplikasi analisis muultivariate*. Universitas Diponegoro Semarang
- Imas Rosmiati, A. D. K. (2021). *Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Pada PT. Kunci Inti Transindo Jakarta*.
- Ismail. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(september 2022), 825–833.
- Kotler, P. (2016). *Strategi Pemasaran*. PT. Bumi Aksara.
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9th ed.). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.

- Lusch, Robert F., Patrick M. Dunne, dan J. R. C. (2014). *Retailing*. Cengage.
- Mehta, N. P. dan P. K. C. (2013). *The Impact of Visual Merchandising on Impulse Buying Behavior of Consumer: A Case from Central Mall of Ahmedabad India*. Salemba Empat.
- ni putu ayu sri kusuma dewi, I. jatra. (2021). pengaruh promoosi penjualan, visual merchandising, atmosfer gerai terhadap pembelian impulsif di matahari duta plaza Denpasar. *E Jurnal Ekonomi&bisnis*, 10, 2337–3067.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- R rahmawati. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Daster (Studi pada Konsumen Toko Ala Alhani Sragen)*.
- Rudy, J. S. (2007). Visual merchandising. *Asian Textile Journal*, 16(7), 101. <https://doi.org/10.5040/9781501365287.3010>
- Rudy, J. S. (2014). *Visual Merchandising Attraction*. PT. Gramedia Pustaka.
- Schiffman, Leon G., Kanuk, L. L. (2015). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT. Indeks.
- sri budi rahayu. (2019). *Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Pand's Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- sugiyono. (2021). *metode penelitian komunikasi* (Vol. 1). alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suhroji Adha, S.E., M. M. (2024). *perilaku konsumen* (pertama 20). Penerbit Cv.Eureka Media Aksara.
- Swasta, D. B. dan I. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Banyumedia Publishing.
- Varley, R. (2014). *Retail Product Management*. Routledge.
- Winarto, H. (2011). Strategi Pemasaran. *Makalah Ilmiah Ekonomika*, 14(3), 124–128.