

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, "Metode Penelitian Kuantitatif", (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015).
- Akbarina, Farida, "Pengantar Bisnis", (Malang: Polinema Press, 2019).
- Al-Qur'an, "Al-Quran dan Terjemahannya", (Jakarta: Departemen Agama Agama Republik Indonesia, Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsir al-Qur'an, 1998).
- Angeline, Mervin, "Pengaruh Promosi dalam Mempengaruhi Pembelian tanpa perencanaan (*Impulse Buying*) pada Suzuya medan", Jurnal SMART 1, No. 1 (2017).
- Arnanda, Andre dan T. Teviana, "Pengaruh Produk dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif di Indomaret Jl. Setia Budi No.29 Medan", Jurnal Plans 14, No. 1 (2019).
- Asep, Sudjana, "Paradigma Baru Manajemen Ritel Modern", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).
- Assauri, Sofjan, "Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007).
- Darma, Lizamary Angelina dan Edwin Japarianto, "Analisa Pengaruh Hedonicshopping Value terhadap Impulse Buying dengan Shopping Lifestyle dan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening pada Mall Ciputra World Surabaya", Jurnal Manajemen Pemasaran 08, No. 02.

Darmawan,Deni, “Metode Penelitian Kuantitatif”,  
(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).

Ferninand,Agus, “Metode Penelitian Manajemen”,  
(Semarang : BPPE Universitas Diponegoro,  
2006).

Firmansyah,M. Anang, “Perilaku Konsumen”,  
(Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018).

Ghazali,Imam, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan  
Program IBM SPSS 21”, (Semarang: Badan  
Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

Ginting,Nembah F. Hartimbul, “Manajemen  
Pemasaran”, (Bandung: CV Yrama Widya,  
2011).

Hardianto,Antonius Widi, “Analisis *Stimulus-  
Organism-Response Model* pada “*Dove  
Campaign For real Beauty*” 2004-2017”,  
Jurnal Transaksi 11, No. 1 (2019).

<https://www.zoya.co.id/pages/about-us> diakses pada  
tanggal 15 September 2020.

Isa,Muhammad, “Memahami Tipe Karakter  
Konsumen Untuk Mencapai Tujuan  
Pemasaran”, At Tijaroh 1, No. 2 (2015).

J. Supranto dan Nandan Limakrisna, “Petunjuk praktis  
penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi,  
tesis, dan disertasi edisi 3”, (Jakarta, Mitra  
Wacana Media, 2012).

Jiyeon,Kim, “*College Students’ Apparel Impulse  
Buying Behaviors In Relation To Visual  
Merchandising*”, A Thesis Submitted to the

Graduate Faculty of The University of Georgia in Partial (2003).

K'ombwayo, Cleon Oguya dan Prof. Mike A. Iravo, "*The Influence of Consumer Sales Promotion on Buying Behavior of Three-Wheeled Vehicles in Nairobi County*", International Journal of Scientific and Research Publications 8, Issue 11, (2018).

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, "Prinsip-Prinsip Manajemen", (Jakarta: Erlangga, 2006).

Kwan, Oky Gunawan, "Pengaruh *Sales Promotion* dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* sebagai Variabel *Intervening* pada Planet Sports Tunjungan Plaza Surabaya", Jurnal Manajemen Pemasaran 10, No. 1 (2016).

Ma'ruf, Hendri, "Pemasaran Ritel", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006).

Masrukin, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Kudus : DIPA STAIN KUDUS 2009).

Masrukin, "Statistik Inferensial", (Kudus : Media Ilmu Press, 2008).

Mba, Mr. K. Balaji dan Dr. M. Kishore Babu, "*The Impact Of Visual Merchandising On Consumer Impulse Buying Behavior With Reference To Retail Stores In Tirupati, Andhrapradesh, India*", International Journal Of Core Engineering & Management (IJCEM) 3, Issue 1, (2016).

- Nurmasarie,Rachma, Sri Setyo Iriani, “Pengaruh Promosi penjualan dan Penjualan Perseorangan terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana”, Jurnal Ilmu Manajemen 1, No. 2 (2013).
- Oladipo,Jacob Olubukola, “*Effect of Personal Selling on Consumer Impulse buying Behaviors: Evidence from Selected Quoted Foods and Beverages Firms in Nigeria*”, Global Journal of Management and Business Research: E Marketing 19, Issue 4 Version 1.0 (2019).
- Pancaningrum,Erminati, “*Visual Merchandising Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls*”, JIEP 17, No. 1 (2017).
- Pradhana,Putu Dharmawan, Dewa Ayu Martini, “*Pengaruh Personal Selling, Price Discount, dan Bonus Pack Program terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Produk Oriflame pada PT Orindo Alam Ayu di Kota Denpasar*”, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis 3, No. 1 (2018).
- Prayitno,Duwi, “Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS”, (Jakarta: PT Buku Seru, 2010).
- Premordia,Indah, dkk., “*Studi Eksperimental Pengaruh Pencitraan Visual Iklan Label Desainer terhadap Sikap Menyukai Iklan dan Niat Beli*”, Jurnal Manajemen dan Agribisnis 5, No. 2 (2008).
- Rahmawati,Rezki, dkk., “*Perkembangan Kajian Komunikasi Pemasaran Di Kota Malang:*

- Sebuah Meta Analisis”, Jurnal Nomosleca 5, No. 1 (2019).
- Sanusi, Anwar, “Metodologi Penelitian Bisnis”, (Jakarta: Salemba Empat, 2014).
- Sari, Apria, A. Widad, dan Aslamia Rosa, “Pengaruh *Sales Promotion, Personal Selling, dan Visual Merchandising* terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen Matahari Departement Store PsX Palembang”, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan, no. 1 (2015).
- Seni, Ni Nyoman Anggar dan Ni Made Dwi Ratnadi, “*Theory of Planned Behavior* untuk Memprediksi Niat Berinvestasi”, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis 6, No. 12, 2017.
- Setiadi, Nugroho J, “Perilaku Konsumen”, (Jakarta: Prenada Media, 2003).
- Setiadi, Nugroho J., “Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen” (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015).
- Sudarsono, Jovita Guntara, “Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya”, Jurnal Manajemen Pemasaran 11, No. 1 (2017).
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan (Pedekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)”, (Bandung: Alfabeta, 2017).

- Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Supardi, “Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis”, (Yogyakarta: UII Press, 2005).
- Sutiono, Rudy Jusup, “Visual Merchandising Attraction”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama, 2009).
- Temaja, KM. Wisnu Bayu, Gede Bayu Rahanatha, dkk, “Pengaruh *Fashion Involvement*, Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap *Impulse Buying* pada Matahari *Departement Store* Di Kota Denpasar”, E-Jurnal Manajemen Unud 4, No. 6, (2015).
- Tjiptono, “Service Management Mewujudkan Layanan Prima”, (Yogyakarta: Andi, 2008).
- Utami, Cristina Widya, “Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia”, (Jakarta: Salemba Empat, 2010).