

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Eko Sujianto. *Aplikasi Statstitik Dengan Spss*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher. 2009.
- Agustini Tanjung. Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*. Vol.05 No. 03. 2020.
- Ahmad Ifham Sholihin. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Utama. 2010.
- Amir M. Taufiq. *Manajaemen Ritel: Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern, Edisi Pertama*. Jakarta: Pt. Ikrar Mandiri Abadi, 2004.
- Amos Neolaka. *Metode Penelitian Dan Statistik*. Bandung:Pt Remaja Rosdakarya. 2014.
- Anggraini Irma Diah. Pengaruh Visual Merchandising Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso Di Surabaya). Vol. 08. No 01. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 2020.
- Anwar Sanusi. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2014.
- Arif Isnaini. *Model Dan Strategi Pemasaran*. Makasar: Ntp Press. 2005.
- Audriene Dinda. *Pertumbuhan Ritel Di Indonesia Tahun 2021* <https://www.google.com/amp/s/www.cnnindonesia.com/ekonomi/aprindo-ramal-ritel-hanya-tumbuh-3persen-kuartil-iii-2021/amp> , Diakses Pada 2 Maret 2022.
- Ayu Dewa Dan Suryani Atlit. Pengaruh Merchandising, Promosi Dan Atmosfir Toko Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud)*.
- Bank Indonesia. *Survey Penjualan Ritel*. 2020
- Basrowi, Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Bell, Dan Ternus. *Silent Selling: Best Practices And Effective Strategies In Visual Merchandising (4th Ed)* . Canada: 2012.
- Berman. Berry Dan Evans. *Retail Management: A Strategic Approach, Edition 8*. Upper Saddle River : Prattice Hall International. 2001.

- Bhatti. & Latif, S. The Impact Of Visual Merchandising On Consumer Impulse Buying Behavior. *Eurasian Journal Of Business And Management*, 2(1). 2014.
- Bob Foster. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Christina Widya Utami. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat 2010.
- Cox Roger Dan Paul Brittain, *Retail Management. Fifth Rdition*. England: Prentice Hall.2010.
- Cucu Komala. Perilaku Konsumsi *Impulsive Buying* Perspektif Imam Ghazali. *Jurnal Perspektif*. Vol.2 No.2 Desember 2018.
- Data Penjualan Toserba 35 Cabang Kudus Pada Tahun 2021.
- Davies. Dan Ward. *Managing Retail Consumption*. London: Wiley. 2002.
- Deni Darmawan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung:Remaja Rosdakarya.2013.
- Devi Puspita Sari. *Membuka Usaha Eceran/Ritel (Exspansion Store Opening)*. Jakarta: Penerbit Inti Prima Promosindo. 2011.
- Dhamiri. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Informa Furnishing Jambi Town Square Kota Jambi. *Jurnal Manjemen Bisnis*. 2017.
- Duwi Priyatno. *Paham Analisis Statistik Data Dengan Spss*. Yogyakarta,Mediakom. 2010.
- Eles Irvan. Pengaruh Store Atmosphere Dab Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Impulse Buying Pelanggan Carrefour Market. Vol 1. No.2. *Management And Bussiness Review*. 2017.
- Engel . Blackwell Dan P.W. Miniard. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam*. Jakarta Binarupa Aksara 1995.
- Erminati Pancaningrum. Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Impulse. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pendidikan (Jiep)*. Vol. 17. No. 01. Issn: (P) 1412-2200. 2017.
- Etta Mamang Sangadji An Shopiah Sangadji. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara. 2016.
- Euis Soliha. *Analisis Industri Ritel Di Indonesia*. Vol 15. No. 2. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*. 2008.

- Faisal I. Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1). 2018.
- Fathur Rohman. Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Impusif. Malang: Ub Press, *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol. 7. No. 2 2012.
- Fauzi. Pengaruh Dimensi Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Suzuya Mall Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. Vol. 4. Issue 2. 2019..
- H Marmorstein Chen. When More Is Less: The Impact Of Base Value Neglect On Consumer Preferences For Bonus Packs Over Price Discounts. *Journal Of Marketing*. 2012.
- Hendri Maruf. *Pemasaran Ritel. Cetakan Pertama*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka 2005.
- <https://www.bi.go.id/id/publikasi/survei/penjualan/eceran/default.asp>
- I Kadek Dian Kartiana, Pengaruh Visual Merchandising, Atmosfer Toko, Dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Pelanggan Ramayana Denpasar, *E-Jurnal Manajemen*. Vol 8. No 11 .2019.
- I Putu Widya Artama. I Gusti Bagus Satria Wisesa Dan I Komang Setiawan. Pengaruh Store Atmosphere, Display Product, Dan Price Discount Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar). *E Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol 8, No.4 Issn: 2337-3067. 2019.
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisi. Multivariati Dengan Program Ibm Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2001.
- Irawan Ahmad. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka.2009.
- Irvan Eles Vilalba. Pengaruh Store Atmosphere Dan Price Discount Terhadap Perilaku Impulse Buying Pelanggan Carrefour Market. *Management And Business Review*.Vol 1. No.02. Issn: 2541-5808. 2017.
- Ismah Mutiah, Dian A.S Parawansa, Pengaruh Visual Merchandising, Display Product Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying, (Studi Kasus: Konsumen Matahari Department Store Di Kota Makassar). *Hasanudin Journal Of Applied Business And Entrepreneurship*. Vol.01 No.02. 2018.

- Jovita Guntara Sudarsono, Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 11, No.01. 2017.
- Julian Cummins Dan Roddy Mullin. *Sales Promotion: Menciptakan, Mengimplementasikan Dan Mengintegrasikan Program Promosi Penjualan*. Jakarta:Pt Ikrar Mandiriabadi.2004.
- Karbasivar. Evaluating Effective Factors On Consumer Impulse Buying Behavior. *Asian Journal Of Business Management Studies*. 2011.
- Katadata.Co.Id. *Survei Bi: Penjualan Retail Juni Membaik Meski Masih Di Fase Kontraksi*. 020.
- Kotler Dan Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 13*. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Kotler Philip. Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12. Terj. BenyaminMolan*. Jakarta: Pt Macanan Jaya Cemerlang, 2008.
- Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia. 2003.
- Levy M. & Weitz B.A. *Retailing Manajement. 6th Edition*. Boston: Mc Graw Hill.2007.
- Makhal, The Importance Of Visual Merchandising On Customer Loyalty, A Study Conducted In Kolkata. *The International Journal Of Business & Management*. 2015.
- Maruf Hendri. *Pemasaran Ritel, Cetakan Pertama*. Jakarta : Pt Gramedia Pustaka. 2005.
- Marzuki. *Metode Riset (Panduan Penelitian Bidang Bisnis Dan Sosial)*. Yogyakarta: Media Press. 2005.
- Masrukin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kudus: Media Ilmu Press. 2010.
- Maulana Irzal Robby. *Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Shopping Emotion Dan Impulse Buying*. Vol 02. No. 02. *Jurnal Ecodemica* 2018.
- Meliyani. *Pengaruh Dimensi Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Miinat Beli Ulang Konsumen Pada Kfc Coffe Kedaton Bandar Lampung*. 2017.
- Miftahul Huda. *Pengaruh Merchandising Dan Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Basmalah Sidogiri*.

- Journal Knowledge Industrial Engineering (Jkie)* Vol. 4 No. 02. 2017.
- Moh. Pabundu Tika,. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.
- Mohammad Maymand. Impuls Buying: The Role Of Store Envirolnment Stimulation And Situasional Factors (An Empirical Investigation). *African Journal Of Business Management*. Issn : 19993-8233.
- Mowan J.C. And Minor M. *Perilaku Konsumen Ahli Bahasa Lina Salim Edisi Kelima*. Jakarta: Pt Erlangga.2002.
- Muhammad Fuad. Store Atmosphere Dan Perilaku Pembelian Konsumen Di Toko Gramedia Malang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 02. No.1. 2010.
- Muhammad Hasan Al-Hamshi. *Mufradat Al-Syamilah Al-Ishtar 2,8: Fiqh Al-Am Wa Al-Fatawa: Fatawa Al-Azhar: Min Ahkami Jam'i Al-Mal Wa Iddikharhi*. Vol.6.2009.
- Muhammad Ranga. Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Impulse Buying Pada U.D Syafa Marwa, *Jom Fisip*. Vol. 5. 2018.
- Nana Herdiana Abdurrahman. *Manajemen Strategi Pemasaran*.Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2015.
- Ni Putu Ayu Sri Kusuma Dewi. I Made Jatra. Pengaruh Promosi Penjualan, Visual Merchandising, Atmosfer Gerai Terhadap Pembelian Impulsive Di Matahari Duta Plaza Denpasar. *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.Vol.10. No. 4. 2021.
- Nurmasarie Rachma. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 01. No. 2. 2013.
- Purwanto. *Perilaku Berbelanja Edisi 3*. Jakarta: Erlangga. 2006
- Putu Ayu Sri Kusuma. Pengaruh Promosi Penjualan, Visual Merchandising, Atmosfer Gerai Terhadap Pembelian Impulsif Di Matahari Duta Plaza Denpasar. Vol. 10 No. 04. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 2021.

- Rahardiana Putri Andrea. Analisis Pengaruh *Visual Merchandising* Pada Perilaku *Impulse Buying*: Studi Merek H&M. *Business And Management Studies Journal*. Vol.06 No. 01. 2018.
- Roseary Varley. *Retail Product Management Buying And Merchandising Second Edition*. Newyork Rout;Edge. 2008.
- Septian Wahyudi, Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying,*Jurnal Valuta* Vol. 3 No. 2. 2017.
- Setiaji. Bambang. *Panduan Riset Dengan Pendekatan Kuantitatif*. Surakarta: Program Pascasarjana.2004.
- Shopiah Dan Syihabudin. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Pt Gramedia. 2008.
- Sonata Ilham. Pegaruh *Price Discount* Dan *In-Store Display* Terhadap Keputusan *Impulse Buying* Pada Produk Miniso. Vol. 4. No. 01/*Jurnal Riset Manajemen*. 2019.

