

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Priyatno D. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta : GAVAMEDIA.
- Sani, Achmad & Vivin Maharani. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuesioner dan Analisis Data)*. Malang: UIN MALIKI Press. Cetakan Ke-2.
- Sarwono, Jonathan. 2012. *Path Analysis : Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Skripsi, Tesis, dan Disertasi (Menggunakan SPSS)*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal:

- Arifah, F. Q., & Saputri, M. E. (2018). *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying*. SOSIOHUMANITAS, 20(1).
- Gunadhi, E. C. (2015). *Analisa Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Shopping Lifestyle Dan Emotional Response Sebagai Variabel Intervening Pada the Body Shop Indonesia*. Jurnal Strategi Pemasaran, 3(1), 1-9.
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). *Pengaruh Fashion Involvement Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Politeknik Negeri Batam*. Journal of Applied Business Administration, 2(2), 174-180.
- Hidayat, T., Fauzi Dh, A., & Nuralam, I. P. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distribution Store Inspired27 Kota Malang)*. Jurnal administrasi bisnis, 60(1), 46-55.
- Mutiah, I., Parawansa, D., & Munir, A. R. (2018). *Pengaruh Visual Merchandising, Display Product, Dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus: Konsumen Matahari Department*

*Store Di Kota Makassar*). Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship, 1(2), 88-103.

Pancaningrum, E. (2017). *Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan, 17(1).

Safitri, D. R. N., & Basuki, S. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Impulse Buying Konsumen Kampung Coklat Blitar*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 3(1), 183-188.

Setiawardani, M. (2019). *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada Gerai Miniso di Kota Bandung)*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 5(1), 21-32.

Sudarsono, J. G. (2017). *Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 11(1), 16-25.

Utami, B. (2017). *Pengaruh Nilai Belanja Hedonik terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai Variabel Perantara (Studi Kasus pada Pelanggan di Ambarukmo Plaza Yogyakarta)*. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI), 6(1), 11-22.

Wisesa, I. G. B. S., Setiawan, I. K., Utami, N. L. P. M. P., Yasa, N. N. K., & Jatra, M. (2019). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, DISPLAY PRODUCT, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING (Studi Kasus Pada Indomaret Di Kota Denpasar) I Putu Widya Artana*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 8, 369-394.

### **Skripsi:**

Arum, R. Y. W. (2019). *Pengaruh Mannequin Display, Promotional Signage dan Floor Merchandising pada Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Jolie Jogja Wirobrajan)*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma.

Arifah, K. (2017). *PENGARUH VISUAL MERCHANDISING TERHADAP IMPULSE BUYING BEHAVIOR PADA MALL SOLO PARAGON* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).

Hidayah, M. S. (2019). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP*

*LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Bioskop Cinema XXI Summarecon Mall Bekasi)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Lubaba, H. (2019). *Pengaruh Visual Merchandising terhadap Impulse Buying melalui Positive Emotion pada toko Miniso Mall City Point Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Marieta, P. D. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Legend Coffee Yogyakarta)*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma.

Meliyani, R. (2017). *Pengaruh Dimensi Suasana Toko (Store Atmosphere) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada KFC Coffee Kedaton Bandar Lampung*.

Saputro, Y. A. (2019). *PENGARUH VISUAL MERCHANDISING TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA PRODUK FASHION (Studi pada Konsumen Swalayan ADA Semarang)* (Doctoral dissertation, UNNES).

**Website:**

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/03/27/jumlah-pusat-perbelanjaan-mencapai-708-unit-di-tahun-2018> (Diakses pada 13 Januari 2020)

<https://www.grid.id/seberapa-penting-peran-visualmerchandising-dalam-bisnis-fashion-retail-ini-kata-fashionpreneur?page=all> (Diakses pada 27 Februari 2020)

<http://armadatownsquare.com/?p=4534> (Diakses Pada 12 April 2020)

<https://www.gotomalls.com/malls/LRlJFNt5IL3ZlA64/aeon-mall-jakarta-garden-city/stores/LRlhCst5ILBZMrNH/miniso-indonesia> (Diakses Pada 12 April 2020)

<https://industri.kontan.co.id/news/perilaku-belanja-konsumer-bergeser-jauh> (Diakses pada 26 April 2020)

<https://marketeers.com/mengenal-brunbrun-pesaing-miniso/> (Diakses pada 26 April 2020)

<https://www.google.com/amp/s/suaramerdekasolo.com/2019/06/24/teliti-minat-pembelian-ulang-dipromosikan-doktor/%3famp> (Diakses pada 2 Mei 2020)

[https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Persaingan\\_Ace\\_Hardware\\_Versus\\_Miniso\\_\\_Siapa\\_Unggul&news\\_id=93203&group\\_news=IPOTNEWS&news\\_date=&taging\\_subtype=STOCK&name=&search=&q=&halaman=](https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Persaingan_Ace_Hardware_Versus_Miniso__Siapa_Unggul&news_id=93203&group_news=IPOTNEWS&news_date=&taging_subtype=STOCK&name=&search=&q=&halaman=) (Diakses pada 5 Mei 2020)

[www.miniso.com](http://www.miniso.com)

