

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, A. A. (2021). Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Konsumen Yogya Sunda Department Store di Kota Bandung) (*Doctoral dissertation*, Universitas Komputer Indonesia).
- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. R. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *JURNAL CAPITAL: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 118-138.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal manajemen dan keuangan*, 6(1), 660-669.
- Andriani, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk, *Korean Wave*, Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise K-Pop Nct Pada Twitter Di Dki Jakarta (*Doctoral dissertation*, Universitas Nasional).
- Arikunto, S. 2022. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azam, M. C., & Sukandani, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, *Price discount* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Oppo di Terminal Phone Plaza Marina Surabaya. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 506-515.
- Azizah, T. N. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Wardah Di Mall Pekanbaru (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Riau).
- Bank Indonesia (5 Juni 2023). 'Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tetap Kuat'. Diakses dari: https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_252823.aspx. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.
- Basu Swastha. 2015. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: Liberty Howard.
- Berinthia, M. V., & Puspawati, R. N. M. S. (2023). Analisis Pengaruh *Servicescape* Terhadap Keputusan Pembelian Di Kitchen Yard Resto Hotel Mercure Tangerang Bsd City. *Cross-border*, 6(2), 1020-1047.
- Berliana, Ruth (2022, 22 November). 'Lima Elemen Penting Dalam Menerapkan Visual Merchandising Untuk Bisnis Ritel Anda'. Diakses dari: <https://www.blj.co.id/2022/11/22/lima-elemen-penting-dalam-menerapkan-visual-merchandising-untuk-bisnis-ritel-anda/#:~:text=Pada%20dasarnya%20ada%20lima%20elemen,visual%2C>

%20dan%20signage%2Fdeskripsi. Diakses pada tanggal 09 November 2023.

CEIC Data (2023). 'Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel'. Diakses dari: <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.

Cox Roger Dan Paul Brittain. 2010. *Retail Management. Fifth Rdition*. England: Prentice Hall.

Dara, E. M. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Springbed Merek Kirana Di Kirana Furniture.

Dewi, N. P., & Jatra, I. M. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, *Visual Merchandising*, Atmosfer Gerai Terhadap Pembelian Impulsif Di Matahari Duta Plaza Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(04), 173.

ELISHA, F. A. (2021). Pengaruh *Price Discount* Dan *In-Store Display* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Konsumen Minimarket Berkah Mart Kota Pekanbaru (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Elisha, F. A. (2021). Pengaruh *Price Discount* Dan *In-Store Display* Terhadap *Impulsive Buying* Pada Konsumen Minimarket Berkah Mart Kota Pekanbaru (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.

Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 200-218.

Evira, Vina (2023, 15 September). 'Ritel Asing Menyerbu Pasar Indonesia, Begini Kata Kadin'. Diakses dari: <https://industri.kontan.co.id/news/ritel-asing-menyербу-pasar-indonesia-begini-kata-kadin>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2023.

Fadhila, F., Munte, S., & Polewangi, Y. D. (2022). Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan. *Jurnal Ilmiah Teknik Mesin & Industri (JITMI)*, 1(1), 53-68.

- Farida, N., & Saidah, S. (2018). Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian sambal indofood di supermarket Sarikat Jaya Gresik.
- Fazri, A. F., Arifin, R., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh *Visual Merchandising*, Potongan Harga, Kualitas Layanan, Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Melalui Emosi Positif Sebagai Variabel Mediasi Pada Pembeli Toko Paradise (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Sisir). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(08).
- Finthariasari, M. 2020. Pengaruh Kualitas Prouk, *Display Layout* Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. Volume 8 (2). Hal 149 – 159.
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Febriansyah, E. (2020). Pengaruh Promosi, Store Atmosphere, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 1(1), 20-24.
- Ghozali, I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Grea, E. A. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, Dan *Visual Merchandising* Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Miniso Plaza Medan Fair (*Doctoral Dissertation*, Universitas Negeri Medan).
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Penelitian Research*. Yogyakarta: BPFEE.
- Handayani, Ririn. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trusmedia Grafika.
- Hefer, Y., & Cant, M. C. (2013). *Visual Merchandising Displays Effect On Consumers: A Valuable Asset Or An Unnecessary Burden For Apparel Retailers*. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 12(10), 1217-1224.

- Himawan, K. A. (2021). Pengaruh Harga, Keamanan, Promosi Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Di Purwokerto) (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Husna, D. M. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Trust*, dan *Price Discount* terhadap Keputusan Pembelian Pada konsumen Produk Jims Honey (Studi Kasus: Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus) (*Doctoral dissertation*, IAIN Kudus).
- Ichsanudin dan Heri Purnomo. 2021. *Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Imaniar, C., Asiyah, S., & Rachmadi, K. R. (2023). Analisis Pengaruh Price Discount, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Brand Jims Honey. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Isfiandi, I., & Amin, A. M. (2019). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan *Customer Experience* Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Keramik Mulia Tile Pada PT. Surya Asia Abadi Di Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 114-129.
- Jerry, C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Sembilan. Jakarta: Buku 2. Penerbit Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen ritel: (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo: Jakarta.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks
- Kurniawan, A. A. (2022). Analisis *Visual Merchandising*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans (Studi Pada Konsumen Sepatu Vans Di Kota Surabaya) (*Doctoral dissertation*, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Kusuma, I. K. N. (2016). Pengaruh *Visual Merchandising* Terhadap *Impulse Buying Behavior* pada *Retail Fashion* (Studi pada Retail 3Second Jl. Soekarno-Hatta, Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Lamb Jr, Hair Jr, Mc Daniel. 2013. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mawey, H. E. (2013). Motivasi, Persepsi, Dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Rajawali Nusindo Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Mehta, D. N., & Chugan, P. K. (2013). *The Impact Of Visual Merchandising On Impulse Buying Behavior Of Consumer: A Case From Central Mall Of Ahmedabad India*. *Universal Journal of Management*, 1(2), 76-8.
- Melinia, A. (2023). Strategi Variasi Produk Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat Perspektif Marketing Islam (Studi Kasus Pada Umkm" Nira Sari" Desa Nambaan Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri) (*Doctoral dissertation*, IAIN Kediri).
- Mestika, Zed. 2003. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor. Indonesia.
- Meutia, K. I., Hadita, H., & Widjarnarko, W. (2021). Dampak Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2), 75-87.
- 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.
- Mutiar, M. T., Samsudin, A., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk dan *Visual Merchandising* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 108-114.
- Mutiar, M. T., Samsudin, A., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk dan *Visual Merchandising* terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 108-114.
- Nana Herdiana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Cv. Pustaka Setia.
- Nurdiansah, A., & Widyastuti, W. (2022). Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Repurchase Intention* (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(8), 1495-1514.
- Pancaningrum, E. (2017). *Visual Merchandise* Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 17(1).
- Prabarini, A., Heryanto, B., & Astutik, P. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toserba Borobudur Kediri (Studi Kasus Produk Kecantikan Wardah). *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 259-270.
- Pradwika, D. F., & Hadi, S. P. (2018). Pengaruh Promosi Kreatif dan Variasi Produk terhadap keputusan Pembelian pada konsumen E-Commerce Zalora. co. id (studi Kasus pada konsumen di Kota Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 1-8.
- Pratiwi, A. E., Listyawati, L., & Asnawi, A. (2024). Pengaruh Variasi Produk Dan Store Astmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Miniso Surabaya. *Soetomo Administrasi Bisnis*, 2(1), 351-364.
- Puhi, S. R. D., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2021). Pengaruh Variasi Produk Value Plus Terhadap Minat Beli Konsumen di Hypermart Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 13-20.
- Purwanto, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Di Yogyakarta (*Doctoral dissertation*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Putra, R. A. (2020). Pengaruh *Visual Merchandising*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap *Impulse Buying Behavior* (Studi Pada Konsumen Miniso Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Putri, M. (2019). Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken (Kfc) Di Kota Tanjungpinang (*Doctoral dissertation*, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
- Raju, P.V.M. (2022). 'Influence of Visual Merchandising on Customers Purchase Decision'. Diakses dari: <https://www.abacademies.org/articles/influence->

of-visual-merchandising-on-customers-purchase-decision-13868.html.
Diakses pada tanggal 07 November 2023.

- Regindratama, A. (2023). Pengaruh Variasi Produk Dan *Display Layout* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Word Of Mouth* Sebagai Variabel Mediasi Di Toko SRC Jumasri Talang Kawo Merangin Jambi. *Oikos: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan Ekonomi*, 7(1).
- Riyanto, M. (2021). Pengaruh Variasi Produk, *Store Atmosphere* Dan *Hedonic Shopping* Terhadap Pembelian Impulsif Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam Pada Eiger Adventure Store Kudus (*Doctoral dissertation*, IAIN Kudus).
- Safitri, S. N., & Mutmainah, K. (2023). *Price Discount, Bonus Pack, In-Store Display* Dan *Financial Attitude* Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Impulse Buying Behavior Konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 4(2), 294-306.
- Santoso, S. 2010. *Mastering SPSS 18*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sholihatin, I., Munir, M., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di TNA Collection Nganjuk. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4), 232-246.
- Simanjuntak, S. D. (2020). Pengaruh Brand Name Dan Promotion Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Pada Miniso (Studi Kasus Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Sinaga, C. M. (2020). Pengaruh Ciri-Ciri Kepribadian Impulsif Dan Lingkungan Toko Pada Perilaku Pembelian Impulsif Di Miniso (*Doctoral dissertation*, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Siwi, Y. (2022). *PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JIMS HONEY (Study Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Trucuk Klaten)* (Doctoral dissertation, Universitas Widya Dharma).
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63-71.
- Soomro, Y. A., Kaimkhani, S. A., & Iqbal, J. (2017). *Effect Of Visual Merchandising Elements Of Retail Store On Consumer Attention*. *Journal of business strategies*, 11(1), 21-40.

- Sopiah, & Sangadji, E. M. 2016. *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sopiyani, P. (2019). Pengaruh Strategi Harga dan *Visual Merchandising* terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 193-205.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta,
- Suryanto, Mikael Hang. 2016. *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Susanti, E. N., Kusumaningtyas, D., & Raharjo, I. B. (2023). *Store Atmosphere, Price Discount Dan Kualitas Produk Terhadap Intensi Keputusan Pembelian Di Cv Torta Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri)*.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syafitri, R., & Akhmad, I. (2023, October). Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kosmetik Hayshop Perawang. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis & Akuntansi* (Vol. 3, pp. 994-1003).

- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Tarigan, B., & Jennita, H. (2023). Pengaruh Kewajaran Harga Dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Thai Tea Di Kantin Sena 88.
- Teviana, T. (2022). *The Effect of Brand Image, Store Atmosphere, and Visual Merchandising on Purchase Decision in Miniso Plaza Medan Fair*. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 8(2), 308-318.
- Tjiptono Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi
- Top Brand Award (2023). 'Komparasi Brand Index'. Diakses dari: https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=3&id_kategori=6&id_subkategori=209&tahun_awal=2019&tahun_akhir=2023&brand1=Bunga&brand2=Miniso&brand3=Naughty&brand4=Stroberi&brand5=Yayang. Diakses pada tanggal 05 November 2023.
- Top Brand Award (2023). 'Top Brand Index'. Diakses dari: https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&type=brand&tbi_find=miniso. Diakses pada tanggal 05 November 2023.
- Ummah, A. R. (2022). Pengaruh *Visual Merchandising, Price discount* dan *Store Atmosphere* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* (Studi Kasus Pada Konsumen Toserba 35 Kudus) (*Doctoral dissertation*, IAIN Kudus).
- Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Verlianita, B. (2021). Pengaruh *Visual Merchandising* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Miniso Cabang Paris Van Java, Bandung) (*Doctoral dissertation*, Program Studi Manajemen S1, Universitas Widyatama).
- Yunita, W. T. (2018). Pengaruh *Fashion Involvement* Dan *Visual Merchandising* Terhadap *Impulse Buying* (*Doctoral dissertation*, UNIMED).