

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, F.G, (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Produk Zara Pada Pelanggan Sun Plaza Medan. *Skripsi Program Sarjana Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi Dan Bisnis. Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Awallia, D. (2018). Pengaruh *Retail Store Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada konsumen yang membeli produk *Private label* di Carrefour Kota Bandung). *Skripsi Program Sarjana Pendidikan*. Program Sarjana Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Berman, B., Evans, J.R., dan Catterjee, P. (2018). *Retail Management. Thirteenth Edition*. United Kingdom: Pearson Education. Ebook.
- Diyanti, D.P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Restoran 7 Chicken Malang). *Skripsi Program Sarjana Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi Dan Bisnis. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ertiansa, D.I. (2018). Peran Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Minimarket Mulia, Sendangwaru Pringapus, Karangjati). *Skripsi Program Sarjana Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi Dan Bisnis. Semarang : Universitas Katolik Soegijapranata.
- Firmansyah, M.A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish Publisher. Ebook.
- Ganapathy, V. (2017). *Modern Day Retail Marketing Management. Fisrt Edition*. Mumbai: Peer Review.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery, dan Maharani., N. (2019). Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Yogya Sukajadi Bandung. *Jurnal Manajemen*. Volume: 5 no: 1 hal: 743 – 750.

- Humairoh, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PM Collection Pekanbaru. *Skripsi Program Sarjana Ekonomi*. Program Sarjana Ekonomi Dan Ilmu Sosial. Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Jakaria, D., dan Estri, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Screamous. *Jurnal Manajemen*. Volume: 4 no: 2 hal: 1246 – 1254.
- Karomi, T, (2019) Pengaruh *Merchandising*, Promosi Penjualan, Dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Konsumen Bandung Super Model Sengkaling). *Skripsi Program Sarjana Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi Dan Bisnis. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education.
- Krisnanda, Yustaminhaj. (2018). *The Effects of Visual Merchandising on Purchase Decision and the Role of Emotional States as Mediating Variable (A Study on IKEA Indonesia)*. *Skripsi Program Sarjana Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis. Malang : Universitas Brawijaya.
- Kusumaningrum, F.N, (2019) Pengaruh Dimensi Elemen Desain Visual Pada Pembelian Impulsif Melalui Emosi Positif Sebagai Variabel Pemeditasi, *Skripsi Program Sarjana Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma.
- Laily, I.N, (2017) Pengaruh Citra Toko Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang), *Skripsi Program Sarjana Manajemen*. Program Sarjana Ekonomi Dan Bisnis. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Maharta,G.W., Meitriana, M.A., Zukhri, A. (2018). Pengaruh *Store Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Krisna 5 Singaraja. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. Volume: 10 no: 1 hal: 179 – 188.

- Mailensun, R.H., dan Bangun, A. (2019). Pengaruh Citra Toko Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Produk *Private Label* Di Minimarket (Studi Kasus: Indomaret Dan Alfamart Di Jabodetabek). *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi dan Manajemen*. Volume: 1 no:1 hal: 60 – 69.
- Marifiyanti, A, (2017) Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Pengguna *E-Commerce*, *Skripsi Program Sarjana Akuntansi*. Program Sarjana Ekonomi Dan Bisnis. Semarang : Universitas Katolik Soegijapranata.
- Matahari. <http://www.matahari.co.id/id/about>. Visitasi: 31 Maret 2020.
- Muslim, Bunial. (2018). Hubungan Antara Promosi Dan *Visual Merchandising* Dengan Keputusan Pembelian Di Matahari *Department Store* Arion Mall Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Jakarta. *Skripsi Program Sarjana Pendidikan*. Program Sarjana Ekonomi. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta.
- Nurdin, I., dan Hartati, S. (2019). Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya: MSC. Disitasi 2 Maret, 2020. Dari: Google Books: <http://www.books.google.co.id>.
- Sambuaga, R., Kindangen, P., Tielung, M. (2017). *Analyzing The Effect Of Brand Equity And Visual Merchandising On Consumer Purchase Decision At Giordano Manado Town Square*. *Jurnal EMBA*. Volume: 5 no: 2 hal: 2526 – 2534.
- Sopiah dan Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Top Brand Award. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>. Visitasi; 28 Agustus 2020.
- Utami, C.W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat
- Walintukan, C., Tumbuan, W.J.F.A., Tulung, J.E. (2018). The Effect Of Product Quality, Sales Promotion And Social Influence On Customer Purchase

Intention In Bellagio Shoes Store In Manado. *Jurnal EMBA*. Volume: 6 no: 4 hal: 3533-3542.

Yaputra, P. (2020). Pengaruh *Social Media Marketing, Store Environment, Sales Promotion, Dan Perceived Value* Terhadap *Purchase Decision* Konsumen Sogo *Department Store*. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*. Volume: 4 no: 1 hal: 36-41.