

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyas, H., & Himawan, G. H. (2019). *Analisa Persepsi Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Komplain Konsumen Massively Multiplayer Online*. 11(November), 248–261.
- Anggraini, D. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*.
- Anita, N., & Ratnasari, A. (n.d.). *Prosiding Manajemen Komunikasi Penerapan Visual Merchandising sebagai Media Promosi Produk Fashion (Studi Kasus pada Visual Merchandiser Local Cuteness by Collage Kit di Bandung) Application of Visual Merchandising as a Media for Promoting Fashion Products (Case Study in the Visual Merchandiser of Local Cuteness by Collage Kit in Bandung)*. 458–466.
- April, P., Akuntansi, J. R., Hidayat, F., Astuti, A. D., Akuntani, P. S., Swadaya, U., & Jati, G. (2016). *Analisis Kinerja Saham Sektor Farmasi Pada Bursa Efek Indonesia (BEI) Pasar Modal merupakan salah satu oleh Current Ratio dan Rasio Profitabilitas Menurut Irham Fahmi dan Yovi Lavianti Menurut Irham Fahmi dan Yovi Lavianti*. 4(2), 1087–1100. <https://doi.org/10.17509/jrak.v4i2.4035>
- Arafah, A. T., Bahruddin, M., & Yosep, S. P. (2014). Penerapan Visual Merchandising Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran Produk Wakai Shoes Store Di Tunjungan Plaza 3 Surabaya. *Jurnal Art Nouveau*, 02(1), 1. <https://media.neliti.com/media/publications/245192-none-fc1a4912.pdf>
- Arumugam, D. (2018). *A STUDY ON EFFECTIVENESS OF PROMOTIONAL STRATEGIES AT PROZONE*. 5(6), 47–56.
- Cholaniyah, E. H. F. (2021). Harga Diskon, Visual Merchandising, Customer Online Rating and Review Terhadap Keputusan Pembelian. *PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN LAMONGAN*.
- Cordova, G. I., Del Rosario Guerreros Surichaqui, S., Del Pilar Palomino Ricaldi, F., & Vicente-Ramos, W. (2020). Impact of visual merchandising on the purchase decision of consumers from retail stores in central Peru. *Management Science Letters*, 10(11), 2447–2454. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.4.005>
- <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-tekstil-kembali-melesat-1374-pada-kuartal-ii2022>
- <https://disdagin.bandung.go.id/>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Bisnis Administrasi*, 37–43.
- Hasten, B. (2022). *Analisis Komunikasi Pemasaran Pada Produk Indihome Kota Cirebon Tahun 2021*. 2022.
- Hikmawati, D., & Nuryakin, C. (2017). *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*

Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta DKI Jakarta The Modern Retail and Its Impact to Traditional Markets in DKI Jakarta Pendahuluan. 17(2). <https://doi.org/10.21002/jepi.v17i2.07>

- Kotler dan Keller. (2012). Pemasaran Online. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Kurniawan, A. A., Kristiawati, I., Utara, P., Surabaya, K., & Belakang, L. (n.d.). *PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS (STUDI PADA KONSUMEN SEPATU VANS DI KOTA SURABAYA)*. 1–15.
- Mardani, H. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Mode, Bauran Promosi Dan Presentasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Recycle Stuff.Id Kota Samarinda. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v10i3.803>
- Masruri, A., Kuntoro, S. A., & Arikunto, S. (2016). Pengembangan Kompetensi dan Pendidikan Berkelanjutan Pustakawan PTAIN. *Pembangunan Pendidikan*, 4(1), 1–14.
- Mondol, E. P., Salman, N. A., & Rahid, A. O. (2021). The Effects of Visual Merchandising on Consumer ' s Willingness to Purchase in the Fashion Retail Stores The Effects of Visual Merchandising on Consumer ' s Willingness to Purchase in the Fashion Retail Stores. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1(7). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v11-i7/10469>
- Mondol, E. P., Salman, N. A., Rahid, A. O., & Karim, A. M. (2021). The Effects of Visual Merchandising on Consumer's Willingness to Purchase in the Fashion Retail Stores. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(7). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i7/10469>
- Nur'ain Harahap. (2016). Visual Merchandising Influence and Display of Purchase on Stroberi Store Thamrin Plaza Medan. *Manajemen Informatika*, 1(2), 1–23.
- Nyberg, A., Wadell, K., Lindgren, H., & Tistad, M. (2017). Internet-based support for self- management strategies for people with COPD – protocol for a controlled pragmatic pilot trial of effectiveness and a process evaluation in primary healthcare. *BMJ Open*, 1–11. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2017-016851>
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea*. 6(4), 3068–3077.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Pratama, A. H. (2018). *Analisis Kepuasan Pelanggan Hotel Sartika Puri Sintang*. 2018.
- Rahayu, S. B. (2019). *Pengaruh Visual Merchandising dan Store Atmosphere Minat Beli di Pand's Semarang*.
- Saeed, S. A. (2016). Impact of Lighting As a Visual Merchandising Tool on Consumer

- ' S Purchase Behaviour. *Pakistan Business Review*, July 2015, 430–443.
- 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*, 5(2), 2526–2534.
- Sidik, F. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mazda di PT Kencana Central Mobil Pontianak*.
- Sinuraya, F. M. (2021). *Online Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana*.
- Sopiyan, P. (2019). *Pengaruh Strategi Harga Dan Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Online Pipih Sopiyan mengubah perilaku masyarakat terutama sangat cepat terutama pada cara konsumen*. 3(103), 193–205.
- Sopiyan, P. (2020). Pengaruh Strategi Harga dan Visual Merchandising terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 193. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2204>
- Suarni, A. I. (2018). *Brand image, visual merchandise, atmosfer toko pengaruhnya terhadap keputusan pembelian impuls di la senza pondok indah mall 1 jakarta selatan*.
- Sutanto, H., & Hardiningsih, P. (2021). *Akuntabilitas Pengelolaan BLT-Dana Desa Pada Masa Pandemi Covid-19 Accountability of The BLT-Village Fund Management During The Covid-19 Pandemic*. 17(1), 1–10.
- Trenggana, M. F. A. F. 2 A. F. M. (2020). Analisis pengaruh Promotion Mix, Visual Merchandising and Price terhadap Keputusan Pembelian Brand Able Stuff. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 4122–4133.
- Trinatalia, V., Zaki, A., & Romadlon, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Shopping lifestyle, dan Visual Merchandising Terhadap keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Sains*, 7(2), 1133–1138. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.709>
- Udayana, S. F. (2019). *Analisis Perilaku Kewargaan Organisasi, Lokus Kendali dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja Karyawan*. 21214298.
- Widjaja Karsiwa, C. P. (2007). Implementasi Visual Merchandising Pada Toko Ritel Di Indonesia Citra. *Asian Textile Journal*, 16(7), 101. <https://www.zara.com/uk/en/z-company-corp1391.html>