

DAFTAR PUSTAKA

- A.T. Kearney (2017, 6 Juni). *Berapa Nilai Penjualan Ritel Indonesia?. Katadata Indonesia*. Diambil dari: <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/06/06/berapa-nilai-penjualan-ritel-indonesia>. (Akses: 17 September 2017).
- A.T. Kearney (2017, 6 Juni). *Indonesia Masuk Daftar 10 Pasar Ritel Teraktraktif. Katadata Indonesia*. Diambil dari: <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/06/06/indonesia-masuk-daftar-10-pasar-ritel-teratraktif> . (Akses: 17 September 2017).
- Abdullah, M. Ma'aruf (2016). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Badan Pusat Statistik (2013). *Bandung Dalam Angka 2012*. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- _____ (2014). *Bandung Dalam Angka 2013*. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- _____ (2015). *Bandung Dalam Angka 2014*. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- _____ (2016). *Bandung Dalam Angka 2015*. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- _____ (2017). *Bandung Dalam Angka 2016*. Bandung: Badan Pusat Statistik Kota Bandung.
- Bailey, Sarah & Baker, Jonathan (2014). *Visual Merchandising for Fashion*. Diambil dari : <https://books.google.co.id/>. (Akses : 6 Desember 2017).
- Balaji, K. & Babu, M. Kishore (2016). *The Impact of Visual Merchandising on Consumer Impulse Buying Behavior with Reference to Retail Stores In Tirupati, Andhrapradesh, India, International Journal of Core Engineering & Management (IJCEM)*. Vol 3 Issue 1.
- Bashar, Abu & Ahmad, Irshad (2012). *Visual Merchandising and Consumer Impulse Buying Behaviour: An Empirical Study of Delhi & NCR, International Journal of Retail Management & Research (IJRMR)*. Vol 2, Issue 4 Dec. 31-41. TJPRC Pvt. Ltd.
- Bhatti, Khurram L. & Latif, Seemab (2014). *The Impact of Visual Merchandising on Consumer Impulse Buying Behavior, Eurasian Journal of Business and Management* 2(1). 24-35.
- Budiman, Asep (2017, 15 Juni). *Bisnis Ritel di Bandung Prospektif, Living Plaza Hadir di Pasirkaliki. Pikiran Rakyat* [Online]. Diambil dari: <http://www.pikiran->

rakyat.com/bandung-raya/2017/06/15/bisnis-ritel-di-bandung-prospektif-living-plaza-hadir-di-pasirkaliki-403297. [Akses: 11 Januari 2018].

Dwijayanto, Andi & Rafael, Eldo Christoffel (2018, 4 Januari). *Peritel asing ekspansif masuk pasar ritel lokal*. *Kontan.co.id* [Online]. Diambil dari: <http://m.kontan.co.id/news/peritel-asing-ekspansif-masuk-pasar-ritel-lokal>. [Akses: 11 Januari 2018]

Ebster, Claus (2011). *Store Design and Visual Merchandising: Creating Store Space That Encourages Buying*. Diambil dari: <https://books.google.co.id/>. (Akses : 6 Desember 2017).

Finansialku (2013, 27 September). *Impulsive Buying (Pembelian Impulsif) + Solusinya*. *PT Solusi Finansialku Indonesia*. Diambil dari: <https://www.finansialku.com/impulsive-buying-pembelian-impulsif-solusinya/>. (Akses: 17 September 2017).

Gudonaviciene, Rasa & Alijosiene, Sonata (2015). *Visual Merchandising Impact on Impulse Buying Behaviour, Social and Behavioral Sciences* 213 (2015). 635 – 640. Published by Elsevier Ltd.

Gunawan, Olivia (2012). *Pengaruh Visual Merchandising dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying Behaviour yang di Mediasi Impulse Buying Tendency pada "Etude House" Grand City Mall di Surabaya*.

Hapsari, Endah (2013, 15 Maret). *Mahasiswa Bingung Kelola Uang Jajan*. *Wealth 19 Technology Inc. Republika* [Online]. Diambil dari: <http://m.republika.co.id/berita/konsultasi/motivasi-keuangan/13/03/15/mjoriq-mahasiswa-bingung-kelola-uang-jajan>. [Akses: 27 Desember 2017].

Hidayat, Agung (2017, Mei 22). *Miniso agresif menambah toko di Indonesia*. *Kontan.co.id* [Online]. Diambil dari: <http://m.kontan.co.id/news/Miniso-agresif-menambah-toko-di-indonesia>. [Akses: 11 Januari 2018]

Khourunnisa, Arifah (2017). *Pengaruh Visual Merchandising terhadap Impulse Buying Behavior pada Mall Solo Paragon*. Skripsi pada FEB Institut Agama Islam Negeri Surakarta: dipublikasikan.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2012). *Marketing Management* (edisi 13, jilid 1). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kurniawan, Albert (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Larasati, Retno Ayu (2014). *Pengaruh Retail Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rangkas Bandung*. Skripsi pada FKB Universitas Telkom: tidak dipublikasikan.

Liliyah, Arie (2017, 2 Februari). *6 Sektor Ini Berpeluang Menangkan Bisnis Tahun 2017*. *PwC* [Online]. Diambil dari: <https://www.pwc.com/id/en/media->

centre/pwc-in-news/2017/indonesian/6-sektor-ini-berpeluang-menangkan-bisnis-tahun-2017.html. [Akses: 13 September 2017].

MAL (2017, Oktober 29). *Launcing Toko Kedia di Bali, Miniso Berikan Harga Mulai Rp 29 Ribu*. *Kabarnusa.com* [Online]. Diambil dari: <https://www.kabarnusa.com/2017/10/launcing-toko-kedua-di-bali-Miniso.html?m=1>. [Akses: 11 Januari 2017].

Mehta, Neha P. & Chugan, Pawan K. (2013). *The Impact of Visual Merchandising on Impulse Behavior of Consumer: A Case from Central Mall of Ahmedabad India* 1(2). 76-82. Horizon Research Publishing.

Miniso (2013). *Brand Profile, Brand Origin, Brand Philosophy, Brand Life, dan Product. Miniso Japan*. Diambil dari: <http://Miniso.co.id/getinfo.php?top=1>. (Akses: 17 September 2017 & 9 Oktober 2017).

Nasehudin, Toto Syatori & Gozali, Nanang (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Prava, Sarit & Satabdi (2015). *Impact of Visual Merchandising on Consumer's Impulse Buying Behaviour. The International Journal of Business & Management*. Vol 3, Issue 12. 188-201.

Putra, Mandala Agung (2015). *Pengaruh In-Store Promotion terhadap Impulse Buying pada Carrefour Kota Bandung*. Skripsi pada FKB Universitas Telkom: tidak dipublikasikan.

Riduwan & Kuncoro, Engkos Achmad (2012), *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis* (cetakan 4). Bandung: Alfabeta.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah (2010). *Metodologi Penelitian – Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Santosa, Ragil Aji (2014). *Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Chicken Attack Tahun 2014*. Skripsi pada FKB Universitas Telkom Bandung: tidak dipublikasikan.

Santy, Raeni Dwi & Adhipratama, Muhammad Ihsan Izharuddin (2013). *Display Toko, Gaya Hidup, dan Pembelian Impulsif, Majalah Ilmiah UNIKOM*. Vol 11 No 1. 87-101.

Sanusi, Anwar (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sari, Apria, dkk. (2015). *Pengaruh Sales Promotion, Personal Selling, dan Visual Merchandising terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen Matahari Departement Store PsX Palembang, JEMBATAN - Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*. Tahun XII No 1.

Sarwono, Salito Wirawan (2016). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Solomon, Michael R. (1994). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Needham Heights, Massachusetts: Paramount Publishing.
- Sudarsono, Jovita Guntara (2017). *Pengaruh Visual Merchandising terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion pada Zara Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 11 No 1.
- Sujarweni, V. Wiratna (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Sumanto (2014). *Statistika Terapan*. Yogyakarta: CAPS.
- Sumanto (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS.
- Sumarwan, Ujang (2011). *Perilaku Konsumen* (cetakan 1, edisi 2). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang (2015). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sutiono, Rudy Jusup (2009). *Visual Merchandising Attraction*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Syakuro, Abdan (2013). *Pengaruh Retailing Mix terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Minimarket Sbmart Komplek Perumahan Pesona Bali Residence Bojongsoang, Kabupaten Bandung Tahun 2013)*. Skripsi pada FKB Universitas Telkom Bandung: tidak dipublikasikan.
- Sysadmin (2007, 27 Maret). *Alasan Berinvestasi di Kota Bandung*. *Bandung.go.id* [Online]. Diambil dari: <https://portal.bandung.go.id/posts/2007/03/28/7N4n/alasan-berinvestasi-di-kota-bandung>. (Akses: 8 Desember 2017).
- Vicka, Patricia (2015, 22 Januari). *Ini Alasan Investor Asing Tertarik Investasi di Indonesia*. *MetroTV News* [Online]. Diambil dari: <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2015/01/22/348517/ini-alasan-investor-asing-tertarik-investasi-di-indonesia>. (Akses: 8 Desember 2017).
- Tooy, Stephanie M. (2015). *Analisis Perbedaan Perilaku Impulse Buying Konsumen Laki-laki dan Perempuan Berdasarkan Proses Afektif dan Kognitif, Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol 3 No 2. 111-126.
- Utami, Christina Whidya (2008). *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Utami, Christina Whidya (2014). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.

Wahdi, Mohamad (2011). *Riset Pemasaran (Teori dan Aplikasi untuk Pengambilan Keputusan)*. Yogyakarta: CAPS.

Yanthi, Devi & Japariato, Edwin (2014). *Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Tendency dan Visual Merchandising terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening pada Area Ladies Matahari Departement Store Tunjungan Plaza Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol 2 No 2.

