

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. F. dan Atimustika Sari S.E, M. (2018). PENGARUH HARGA PRODUK INDIHOME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *e-Proceeding of Applied Science : Vol.4, No.3* , Page 110.
- Arifah, K. (2017). Pengaruh *Visual Merchandising* Terhadap Impluse Buying Behavior Pada Mall Solo Paragon (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta)
- Bagus, T. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Warunk Upnormal Bandung*. Universitas Telkom.
- Bagus, T. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Proses Keputusan*
- Chandra, G. (2014). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*
- Chandra, G. (2014). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Original Jersey Persib Bandung*
- Hermanto, R., Kasim, K., T., dan Barlian, N.. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Hartono Farma di Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang. E-ISSN : 2622 - 304X, P-ISSN : 2622-3031.
- Junnifer, Yessica Livia Chaterina dan Yuliana. (2017). Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Artotel Butik Hotel Surabaya.
- Mutiah, Ismah., Dian A.S Parawansa dan Abdul Razak Munir. (2018). Pengaruh *Visual Merchandising, Display Product* dan Store Atmosphere Terhadap

Keputusan Pembelian. HJABE Vol.1, No.2.

Nugraha, Widi Febrisar. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Grab Food Di Jabodetabek*

Nurmalasari, Adellya. (2015). Analisis Pengaruh *Promotion Mix, Visual Merchandising*, dan Harga pada proses keputusan pembelian produk ritel *fashion* (Studi Kasus pada konsumen PT.Mitra Adi Perkasa). Universitas Diponegoro. Semarang.

Kloter dan Armstrong. (2001). Pengertian Harga Menurut Para Ahli. Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Pancaningrum, Erminati. (2017). Visual Merchandise dan Atmosfer Toko : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls. JIEP-Vol. 17, No. 1. ISSN (P) : 1412-2200. E-ISSN : 2548-1851.

Parlina, Lanni. (2016). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Ice Cream Lick Over Lips (LOL) Bandung. E-Proceeding of Management : Vol.3, No.3. ISSN : 2355-9357

Priansa, Donni Juni. (2017). Komunikasi Pemasaran Terbaru. Bandung : Pustaka Setia Bandung

Putra, I Gede Cahaya Adi., I GPB Sasrawan Mananda dan Ni Gusti Ayu Susrami Dewi.(2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink oleh Wisatawan Nusantara di Bandara Nugraha Rai, Bali. Jurnal IPTA, Vol. 4, No. 2. ISSN : 2338 -8633.

Sopiyan, Pipih. (2019). Pengaruh Strategi Harga dan *Visual Merchandising* Terhadap Keputusan Pembelian Online. Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen, Vol.3. No.2.

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

Sugiyono. (2015). *Metode pebelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&*. Bandung: CV.

Windusara, Dewa Bagus Nugraha. (2015). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo *Smartphone*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.4, No.12. ISSN : 2302-8912

brandable-stuff.business. (2019) Brandablestuff Bandung. (Diakses pada 5 November 2019, dari <https://brandable-stuff.business.site/>)

kemenperin.go.id. (2019) Konsumsi pakaian bekas di Indonesia. (Diakses pada 28 Oktober 2019, dari <https://www.kemenperin.go.id/>)

ayobandung.com (2019) Bisnis Pakaian bekas. (Diakses pada 30 Oktober 2019, dari <https://ayobandung.com/read/2019/07/24/58613/bisnis-menggiurkan-di-balik-pakaian-bekas>)

websindo.com (2019) Pengguna media sosial di Indonesia. (Diakses pada November 2019, dari <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>)