

## 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>