

DAFTAR PUSTAKA

- Huda, M. (2017). Pengaruh Merchandising dan Promotion Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Toko Basmalah Sidogiri. *Journal Knowledge Industrial Engineering*, 4(1), 15-22.
- Pancaningrum, E. (2017). Visual Merchandise Dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 17(1), 23-40.
- Parlewenti, S. W. H. dan N. (2017). Analysis Of Pricing And Merchandising Effect To Customer Satisfaction And It ' S Affected To Customer Loyalty In Puri Batam Minimarket Shinta Wahyu Hati dan Nurlidiya Parlewenti. Department of Applied Business Administration, Politeknik Negeri Batam, 2(1).
- Pawestri Manggiasih, F., Widiartanto, & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Discount, Merchandising, Dan Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 164-174.
- Rafly Agamsyah Putra. (2021). Pengaruh Visual Merchandising, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Behavior (Studi Pada Konsumen Miniso Kota Malang). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya, 2013-2015.
- Sudarsono, J. G. (2017). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 16-25
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.16-25>

