

merapikan gondola yang berantakan supaya konsumen akan mudah untuk mencari barang yang ada di gondola.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada. 2013.
- Berman, Barry and Joel R. Evans. *Marketing Management, A Strategic Approach Tenth Edition*. USA: Pearson Prentice Hall. 2007.
- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta 2011.
- Evans, Martin, Ahmad Jamal and Gordon Foxall, *Consumer Behavior Second Edition USA*: Jhon Wiley and Sons. 2009.
- Hawkins and Mothershough. *Consumer Behavior Building Marketing Strategy Twelfth Edition*. New York: McGraw-Hill Companies. 2013.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Principles Of Marketing Fifteenth Edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hill. 2014.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen. 2011.
- Lantos, Geoffrey P. *Consumer Behavior in Action Real-Life Applications for Marketing Managers USA*: M.E.Starge Inc. 2011.
- Maolani, Rukaesih A. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: FPMIPA Universitas Negeri Jakarta. 2010.
- Michael Levy dan Barton A. Witz, *Retailing Management Eighth Edition* New York: McGraw Hill. 2012.
- Morissan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2012.
- Patrick M. Dunne, Robert F.Lusch dan David A Griffith, *Retailing Fourth Edition*. USA: Harcourt Inc, 2002.

- Rangkuti Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. 2010.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama. 2009.
- Rudy Jusup Sutiono, *Visual Merchandising Attraction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. 2009.
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior Buying, Having and Being Tenth Edition*. New York: Pearson Education. 2013.
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior Buying, Having and Being*. New York: Pearson Education. 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta. 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta. 2009.
- Swati Bhalla dan Anurang. S, *Visual Merchandising*. New Delhi: Tata: Mcgraw Hill. 2010.

## **Jurnal**

- Rumyeni, Arini Al Haq, dengan judul “**Pengaruh Sales Promotion terhadap Perilaku Pembelian Secara Impulse Buying Wanita Bekerja pada Matahari Department Store Plaza Citra Pekanbaru**” *Jurnal Aplikasi Bisnis Program studi Administrasi Niaga FISIP Universitas Riau*, Vol. 4 No. 2, tahun 2014, ISSN : 2087-9547.
- I Km. Wisnu Bayu Temaja, Gede Bayu Rahanatha dan Ni Nyoman Kerti Yasa. (2015) “**Pengaruh Fashion Involvement, Atmosfer Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying Pada Matahari Department Store di Kota Denpasar**”. *Jurnal Manajemen*. Vol. 4 No. 6. Tahun 2015. ISSN 2302-8912.
- Weerathunga A.K, Pathmini M.G.S, dengan judul “**Impact of Sales Promotion on Consumer’s Impulse Buying Behaviour (IBB); Study In Supermarkets In Anuradhapura City**”, *International Research Symposium Rajarata University of Sri Lanka*, tahun 2015, halaman 321-329.
- Erminati Pancaningrum dengan judul “**Visual Merchandise dan Atmosfer Toko: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Impuls**”. *Journal of Asian Business Strategy*, Volume 6, Issue 2, 2016, ISSN (P): 1412-2200, ISSN (E): 2548-1851, h. 31-40.
- Rasa Gudonaviene dan Sonata Alijosiene dengan judul “**Visual Merchandising Impact on Impulse Buying Behaviour**”. *Jurnal Procedia - Social and Behavioral Sciences* 213 (2015) 635 – 640, doi: 10.1016/j.sbspro.2015.11.464

Khurram L. Bhatti dan Seemab Latif dengan judul “*The Impact of Visual Merchandising on Consumer Impulse Buying Behavior*” Proceedings of 4th Asia-Pasific Business Research Conference, 30 September - 1 October 2013, ISBN: 978-922069-31-3, h.1-15

Kasimin, Patricia Dhiana dan Muh Mukery Warso dengan judul “*Effect of Discounts, Sales Promotion and Merchandising On Impulse Buying At Toko Intan Purwokerto*”