

DAFTAR PUSTAKA

- APJII (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia*.
<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Budianto, A. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Cahyani, B. I., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Visual Merchandising dan Positive Emotion terhadap Impulse Buying pada Pelanggan Indomaret di Surabaya. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(3), 1233-1244.
- Cahya, J. M. (2024). PENGARUH PROMOSI, VISUAL MERCHANDISING DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GOLDEN LAMIAN KOTA PALEMBANG. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 4(3), 26-35.
- Cen, C. C. (2023). *Pengantar manajemen*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- CNN Indonesia. (2017, Agustus 11). November 22, 2019. Raja *E-Commerce Indonesia; Lazada, Blibli.com, Bukalapak, Tokopedia atau Elevania*. Youtube CNN Indonesia.
https://www.youtube.com/watch?v=qWC_bjXmaUs
- Darmawan, P. (2022). Ghony, M. A. D., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2023). PENGARUH HARGA DAN VISUAL MERCHANDISING TERHADAP PERILAKU IMPULSE BUYING (Studi Pada Konsumen Es Krim Wallâ€™s di Indomaret Raya Sawojajar Kota Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 12(2), 100-107. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 64-77.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., ... & Nugroho, A. (2023). *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Dewani, S. L. et, al. 2024. *Manajmen Pemasaran*. Sukoharjo: Paradina Pustaka
- Dwiwijaya, K. A., Badruddin, S., Suprpto, A. T., Safari, B., Dewi, R., Prabowo, P. K., ... & Praswati, A. N. (2024). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Edot.id (2025). *E-commerce Terpopuler di Indonesia*
<https://edot.id/articles/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-indonesia-pada-awal-2024-siapa-juaranya>
- Ernawati, F. et, al. 2024. *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Lanjutan*. PT Nasya Expanding Management

- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. PT. Inovasi Pratama Internasionals.
- Harto, B. et. al. 2021. *Dasar Manajemen Bisnis*. Yayasan Cendekia Mulia Mandiri
- Indrajaya, S. (2024). *Manajemen pemasaran*. Kaizen Media Publishing.
- Jubelio.com (2024). *Daftar produk terlaris di shopee*
<https://jubelio.com/top-9-daftar-produk-terlaris-di-shopee-2024-paling-banyak-dicari/>
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1).
- Laia, N., Duha, T., & Gohae, A. (2021). Pengaruh Strategi Penentuan Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di UD. Yoseph Lahusa Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Riset dan Manajemen Bisnis*, 6(1).
- Mujito, et. al. 2023. *Manajemen Pemasaran Sebuah Pengantar Untuk Pemula*. Tasikmalaya: Edu Publisher
- Melati, F. R., Santosa, M., & Muhdiyanto, M. (2024, July). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Keputusan Pembelian Jiniso di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 152-162).
- Novia, D. N. (2020). *Hubungan Pembelian Impulsif dengan Penyesalan Pasca Pembelian Online pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Nurmalasari, A., & Rahardjo, S. T. (2015). *Analisis Pengaruh Creative Promotion, Visual Merchandising dan Harga Pada Keputusan Pembelian Produk Ritel Fashion (Studi Kasus pada Konsumen PT. Mitra Adi Perkasa)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Nurfazria, S. (2016). *PENERAPAN VISUAL MERCHANDISING DI LABORATORIUM PUB (Pengelolaan Usaha Busana) UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Pakpahan, A dan Nahan, N. 2024. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. PT Nasya Expanding Management
- Rahmayani, R. D., & Dharmawati, D. M. (2023). Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Industri Ritel Di Era New Normal. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 11-17.

- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh atmosphere store, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi kasus di rown division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143-152.
- Rifkhan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel Dan Kuesioner*. Indramayu: CV. Adanu Abimata
- Sa'adah, L. (2020). *Kualitas layanan, harga, citra merk serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen*. Lppm Universitas Kh. A. Wahab Hasbullah.
- Sahara. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: K-Media
- Sayyid, M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatama Jawa.
- Sari, V. et. al. 2023. *Introduksi Kinerja Organisasi Sektor Parawisata*. Sumatera Barat: CV. Gita Lentera
- Situmorang, U. Y. (2022). *Pengaruh promosi dan harga di Shopee terhadap keputusan pembelian produk fashion pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Sifdasani, S. (2024). *Pengaruh Promosi, Visual Merchandising Online, Emosi Positif, E-Wom Dan Kepercayaan Terhadap Impulse Buying Mahasiswa Febi Uin KH Abdurrahman Wahid Pekalongan Pada Shopee* (Doctoral dissertation, UIN. KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Sopiyan, P. (2019). Pengaruh Strategi Harga dan Visual Merchandising terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 193â.
- Solomon, M. R. (2023). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th Global ed.). Pearson Education.
- Suyitno, S., Wibowo, R., & Indrianawati, I. (2024). PENGARUH VISUAL MERCANDISING DAN DISKON HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO RITEL AWAM PACIRAN. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(2), 253-261.
- Sumual, L. et. al. 2024. *Ilmu Dasar Manajemen*. Sumatera Barat: CV.Gita Lentera
- Sutrisna, E. et. al. 2024. *Manajaemen Pemasaran*. Bandung: Indonesia Emas Group
- Sunartini, S. 2022. *Bisnis Ritel Strategi Marketing Visual Merchandising*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV

- Terapan, J. S. H. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswi dalam trend fashion (studi kasus mahasiswi jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2).
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi pemasaran*.
- Utama, A. 2023. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Ruang Lingkup*. Indramayu: Penerbit Adab CV.Adanu Abimata
- Utamanyu, R. A., & Darmastuti, R. (2022). Budaya belanja online generasi z dan generasi milenial di Jawa Tengah (Studi kasus produk kecantikan di online shop Beauty by ASAME). *Scriptura*, 12(1), 58-71.
- Ummah, A. R. (2022). *Pengaruh Visual Merchandising, Price discount dan Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Toserba 35 Kudus)* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online pada mahasiswa universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 19(1), 12-26.
- Widodo, D. Y. P., & Prasetyani, H. (2022). Penggunaan Shopee sebagai media promosi untuk meningkatkan daya jual produk sebagai narahubung sosial marketing. *Journal of Systems, Information Technology, and Electronics Engineering*, 2(2), 12-17.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). Strategi segmenting, targeting, positioning serta strategi harga pada perusahaan Kecap Blekok di Cilacap. *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 1(03), 175-190.
- Yulia, L., & Setianingsih, W. (2020). Studi Manajemen Marketing Berbasis Online (Penelitian Pada Umkm Produksi Mebel Di Babakan Muncang Tamansari Kota Tasikmalaya). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 9(1), 346-354