

## DAFTAR PUSTAKA

- Bong, S. (2011). Pengaruh in-store stimuli terhadap impulse buying behavior konsumen Hypermarket di Jakarta. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 31-52.
- Sinuraya, D. L., & Dewi, C. K. (2015). Pengaruh Online Store Beliefs Terhadap Impulse Buying Pada Toko Online (Studi Pada Elevenia. Co. Id). *eProceedings of Management*, 2(1).
- Coley, A., and Burgess, B. 2003. "Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying Behavior". *Journal of Fashion Marketing and Management*. Vol.7(3). Pp. 282-295.
- Davies, B. and Ward, P. 2002. *Managing Retail Consumption*. Wiley. London
- Dr. Sliyanto, Se, Mm (2018: 01) Metode Penelitian Bisnis
- Dunne, Patrick, M., Robert F.L., and James, R.C. 2010. *Retailing*. Seventh Edition: McGraw Hill.
- Easey, M. 2009. *Fashion Marketing*. Oxford, United Kingdom : John Wiley & Sons Ltd.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro
- Gudonavičienė, R., & Alijošienė, S. (2015). Visual merchandising impact on impulse buying behaviour. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 635-640.
- Hubrechts, L., & Kocktürk, B. (2012). Effects of visual merchandising on young consumers' impulse buying behaviour.
- Kerfoot, S., Davies, B., & Ward, P. (2003). Visual merchandising and the creation of discernible retail brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Kharis, I. F. (2011). Studi mengenai impulse buying dalam penjualan online. *Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Kurniawan, D. (2013). Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Lupiyoadi Rambat & Bramulya ihksan Ridho. 2015. "Praktikum Metode Riset Bisnis", Salemba Empat.
- Mehta, N., & Chugan, P. K. (2013). The impact of visual merchandising on impulse buying behavior of consumer: A case from Central Mall of Ahmedabad India. *Universal Journal of Management*, 1(2), 76-8.

- Mehta, N., & Chugan, P. K. (2012). Visual Merchandising: Impact on Consumer Behaviour (An Exploratory Study of Apparel Segment in Ahmedabad). *Mapping the Global Future: Evolution Through Innovation, and Excellence*, Eds., Nejdet Delener, Leonora Fuxman, F. Victor Lu, and Susana Rodrigues, published by Global Business and Technology Association (GBATA), New York, USA, 607-614.
- Ramadhan, F., & Jatra, I. M. (2018). Pengaruh Impulse Buying dan Frekuensi Kunjungan Terhadap Niat Pembelian pada Situs Tokopedia di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(2).
- Sanusi Anwar. 2017. Metode Penelitian Bisnis, Penerbit Salemba Empat Jakarta.
- Sina, A. S., & Wu, J. (2018). The effect of online visual merchandising cues on consumers' flow experience, satisfaction, and approach/avoidance behavior.
- Situmorang, A. D. (2019). Pengaruh Dimensi Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Pada Hypermart Di Bandar Lampung.
- Stern, H. (1962). The significance of impulse buying today. *Journal of marketing*, 26(2), 59-62.
- Sudarsono, J. G. (2017). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 16-25.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Utami, C., W. 2010. Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat
- Yanthi, D. (2014). Analisis Pengaruh Hedonic Shopping Tendency Dan Visual merchandising Terhadap Impulse buying Dengan Positive Emotion Sebagai Variabel Intervening Pada Area Ladies Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(2), 1-9.
- Gofood Menguasai Pangsa Pasar (<https://katadata.co.id/berita/2019/09/19/gojek-klaim-gofood-kuasai-pangsa-pasar-di-asia-tenggara>) ( diakses pada 13 feberuari 2020 )
- Sejarah Perusahaan Gojek ( <https://markey.id/blog/bisnis/gojek-indonesia> )
- Pertumbuhan konsumsi rumah tangga (<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4416506/bps-banyak-ibu-malas-masak-dan-pilih-pesan-go-food>) ( diakses pada 25 januari 2020 )
- Tanggapan konsumen pada Gofood ( <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/23/nielsen-aplikasi-gofood-lebih-unggul-dibandingkan-3-pesaingnya>) (diakses pada 25 januari 2020)