

DAFTAR PUSTAKA

- Angga, D., HUdayah, S., & Wasil, M. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying. *Journal of Applied Business Administration*, 2 No1.
- Anggraini, I. D., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Visual Merchandising dan Store Atmosphere terhadap Perilaku Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Miniso di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 08 No 1.
- Awaluddin, M., & Sukmawati. (2017). IMPLIKASI THEORY OF REASONED ACTION DAN ETIKA DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK KENDARAAN BERMOTOR MELALUI NIAT (Studi Kasus Pada Kantor Samsat Kabupaten Kepulauan Selayar). *AL-MASHRAFIYAH, Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 79–95.
- Banjar, A. K., & Mandala, K. (2022). Pengaruh Layout Toko, Visual Merchandising Dan Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv. Fenny Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 11 No 12.
- Budiyarti, N. D., & Astuti, M. E. (2024). PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA PETANI DI KALURAHAN NGARGOSARI. *Upajiwa Dewantara*, 8(1).
- Cahyani, B. I., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Visual Merchandising dan Positive Emotion Terhadap Imulse Buying Pada Pelanggan Indomaret di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 09 No 3.
- Damayanti, R. W., & Handayani, M. (2023). Pengaruh Live Streaming terhadap Customer Churn pada Tiktok Shop: A Stimulus-Organism-Response Framework. *Strata Business Review*, 1(2), 222–230.
- Fauzi, L. U., Welsa, H., & Susanto. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 10(1), 150–160.
- Fazrin, P. D., & Siregar, S. (2021). The Influence of Store Atmosphere Mediated by Positive Emotion on Impulse Buying. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5 No 3, 365–373.
- Fitriyani, E. (2023). *Gerainya Banyak di Mal RI, Siapa Pemilik Bisnis Ritel KKV Asal China?*. Diakses pada 20 Februari 2024, Pukul 13.00 WIB. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/gerainya-banyak-di-mal-ri-siapa-pemilik-bisnis-ritel-kkv-asal-china-21KgEGjGyx/full>.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data*

Analysis (Seventh Ed). (Harlow: Pe).

Harahap, N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Profesionalisme Kerja Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Bps Kota Medan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 2(1), 43–52.

Hartati. (2023). *Baru Dibuka Selama 4 Hari, Tenant Brand KKV di Palembang Ludes Diserbu Pembeli dari Muda hingga Tua*. Diakses pada 24 Februari 2024, Pukul 18.00 WIB. <https://video.tribunnews.com/view/669588/baru-dibuka-selama-4-hari-tenant-brand-kkv-di-palembang-ludes-diserbu-pembeli-dari-muda-hingga-tua>.

Januar, A. (2023). *Mengenal 13 Julukan Jogja, Ternyata Tak Hanya Kota Pelajar*. Diakses pada 25 Februari 2024, Pukul 08.00 WIB. <https://www.detik.com/jogja/berita/d-7050017/mengenal-13-julukan-jogja-ternyata-tak-hanya-kota-pelajar>.

Juliarti, D., Driyan, W., Achmad, J., & Yogyakarta, Y. (2024). *Machine Translated by Google Kepercayaan pada Pemimpin dan Komitmen Organisasi Kajian di Generasi Z Abstrak*. 2, 63–66.

Khasanah, L. U. (2021). *Analisis Data Kuantitatif, Kenali Analisis Deskriptif*. Diakses pada 26 Februari 2024, Pukul 23.15 WIB. <https://dqlab.id/analisis-data-kuantitatif-kenali-analisis-deskriptif>

Maulidiyah, Z., Pudyaningsih, D. A. R., & Wahyuni, H. (2024). Pengaruh Visual Merchandising dan Store Atmosphere terhadap Perilaku Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Mr. DIY Kota Pasuruan. *Revenue Manuscript*, 2 No 1, 1–9.

Mutiah, I., Parawansa, D., & Munir, A. R. (2018). The Effect of Visual Merchandising, Product Display Dan Store Atmosphere on Impulse Buying Behavior (Case Study on Matahari Department Store in Makassar City). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, 88–103.

Mutiara Wati, K., Bantam, D. J., & Wati, K. M. (2023). Identify mitigation levels disaster FES Unjaya students based survey knowledge disaster and extension non-structural mitigation management field. *Jurnal Mantik*, 7(2), 2685–4236.

Pebrianti, W., & Yuwinda, R. (2021). Pengaruh Visual Merchandising, Shopping Lifestyle, Dan Fashion Involvement Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(3), 253.

Pradana, W. P., & Bantam, D. J. (2023). Anteseden Dan Konsekuensi Kepercayaan Generasi Z Kepada Pemimpinnya Dalam Lingkungan Kerja Virtual. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA)*, 1(2), 1–10.

Pranggabayu, B., & Lestari Andjarwati, A. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Store Atmsophere Terhadap Impulsive Buying (Studi Pada

Pengunjung Miniso Tunjungan Plaza). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1 No 6, 951–966.

Pratama, A., & Umiyani, A. (2023). *Siapa Pemilik KKV? Retail Kekinian dan Instagramable*. Diakses pada 25 Februari 2024, Pukul 21.00 WIB. <https://www.inews.id/finance/bisnis/siapa-pemilik-kkv-retail-kekinian-dan-instagramable/2>

Pratiwi, M., Andayani, S., & Pratiwi, N. M. I. (2023). *KKV Plaza Surabaya Keragaman Produk*.

Probosari, N., Kusmayadi, A., Wijayani, A., Ardhanariswari, K. A., Siregar, I. R. P. S. N., & Viyani, A. O. (2022). Relationship Between Knowledge Management with Cost Leadership and Differentiation Strategies in Sumbawa Weaving SMEs: The Moderating Role of Organizational Design. *Journal of Economics and Business*, 5(3).

Putra, A. H. P. K., Said, S., & Hasan, S. (2017). Pengaruh Karakteristik Toko Dan Produk Bagi Konsumen Di Indonesia Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5 No 2, 8–19.

Putu, N., Sri, A., Dewi, K., & Jatra, I. M. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan, Visual Merchandising, Atmosfer Gerai terhadap Pembelian Impulsif di Matahari Duta Plaza Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10 No 4, 173–190.

Rosidah, A. U., & Vania, A. (2023). *The Role of Store Atmosphere, Shopping Lifestyle, and Price in Impulse Buying with Positive Emotion As An Intervening Variable: Vol. 23 No 1*.

Salsabila, A. A., & Wesman, A. (2023). *KKV, Retail Kekinian Instagramable, Kini Hadir di Jogja City Mall Yogyakarta*. Diakses pada 28 Februari 2024, Pukul 10.00 WIB. <https://impessa.id/read/3335/ekonomi-bisnis/kkv-retail-kekinian-instagramable-kini-hadir-di-jogja-city-mall-yogyakarta.html>

Saputri, N. W., & Jalari, M. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Visual Merchandise, Dan Perilaku Hedonism Terhadap Impulse Buying Studi Empiris Customer Gen Z Gerai Miniso Cabang Kota Solo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7 No 2, 1–13.

Sari, D. A. T., & Suryani, A. (2014). Pengaruh Merchandising, Promosi dan Atmosfir Toko Terhadap Impulse Buying. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3 No 4, 851–867.

Sari, W. P., & Pradana, W. D. (2024). The influence of work discipline, motivation, and work environment on the performance of employees. *Journal Of*

Agriprecision & Social Impact, 3(1), 76–89.

- Sitoresmi, A. R. (2023). *SPSS Adalah Program Analisis Statistika, Ketahui Fungsi dan Cara Menggunakannya*. Diakses pada 29 Februari 2024, Pukul 23.00 WIB. <https://www.liputan6.com/hot/read/5283484/spss-adalah-program-analisis-statistika-ketahui-fungsi-dan-cara-menggunakannya?page=3>
- 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. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3 No 2, 193–205.
- Sudarsono, J. G. (2017). Pengaruh Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying Melalui Positive Emotion Pada Zara Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11 No 1, 16–25.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Alfabeta).
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Utami, M. A. T., & Astuti, M. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mixue Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Upajiwa Dewantara*, 7(2), 55–64.
- Wahyuni, P., Kusumawati, D. A., & Damayanti, R. W. (2023). The Effect of Big Five Personality on Performance of Beringharjo Market Batik Traders With Coaching As A Mediation. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 6(1), 36–45.
- Winantri, N. N. (2021). Pengaruh Kondisi Emosi dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying di Indomaret Cabang Desa Tampaksiring Tahun 2016. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 7 No 2.