

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., R, K., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat. (2021). Jurnal Manajemen. *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt.Jne Cabang Medan*, 7.
- Aunillah, N., & Himawan, A. F. I. (2022). Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan. *Pengaruh E-Commerce Shopee, Kualitas Produk, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Snack*, 2.
- Bakhitah, A. N., & Lusia, A. (2023). Pengaruh Strategi Marketing Mix (\$P) Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Geffa Production Sukoharjo). *Jurnal Sinar Manajemen*, 10.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26* (10th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M. C., & Silitonga, I. M. (2019). Jurnal Manajemen. *Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). *Memahami Impulsif Buying Dalam Proes Keputusan Pembelian Konsumen* (Vol. 19). Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa). <https://doi.org/10.29313/Performa.V19i01.9719>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th Ed.). Mcgraw-Hill Irwin.

Hediyati, R. R., & Wahyuningtyas, Y. F. (2024). Pengaruh Brand Image, Mutu Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta. *Jurnal Simki Economic*, 7, 311.

Hediyati, R. R., & Wahyuningtyas, Y. F. (2024, April Minggu). Jurnal Simki Economic. *Pengaruh Brand Image, Mutu Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta*, 7(1), 310 - 319.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management Building, Measuring, And Managing Brand Equity* (4e Ed.). Pearson.

Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021, November Minggu). *Peran Penting Kontribusi Perdagangan Ritel Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Nasional*. Siaran Pers. Retrieved Februari Rabu, 2025, From <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3442/peran-penting-kontribusi-perdagangan-ritel-dalam-mendukung-pertumbuhan-ekonomi-nasional#:~:Text=Hal%20ini%20juga%20tidak%20terlepas,Tahun%202020%20mencapai%202.133%20unit.>

Kharisma, A., Widagdo, S., & Supeni, N. (2022). Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Informatika. *Pengaruh Promosi Penjualan, Store Atmosphere, Variasi Produk, Dan Money Availability Terhadap Impulse Buying Pada Golden Market Jember*, 3.

<https://jurnal.itsm.ac.id/index.php/prodimanajemen/article/view/680/60>

6

Kojongian, A. S.C., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Productivity.

Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.Id Pada Media Sosial Instagram, 3.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1991). *Dasar-Dasar Pemasaran* (6th Ed.). Intermedia.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing* (17th Ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th Ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Pearson.

Kridaningsih, A. (2020). Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi. *Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Amino Dari Ultimate Nutrition Di Kota Mojokerto, 2.*

Liyono, A. (2022). Jubis. *Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada Pt. Pancaran Kasih Abadi, 3.*

Mansoor, M., Paul, J., Khan, T. I., Abukhait, R., & Hussain, D. (2025, January Friday). International Journal Of Hospitality Management. *Customer Evangelists: Elevating Hospitality Through Digital Competence, Brand Image, And Corporate Social Responsibility.*

Miniso. (N.D.). Miniso. Retrieved February 23, 2025, From <https://www.miniso.com/>

- Miniso. (N.D.). *Brand Profile*. Miniso. Retrieved February 23, 2025, From <https://www.miniso.com/brand/index.html>
- Monfort, A., Vazquez, B. L., & Morillas, A. S. (2025, March Monday). Sustainable Technology And Entrepreneurship 4. *Building Trust In Sustainable Brands: Revisiting Perceived Value, Satisfaction, Customer Service, And Brand Image*, 1-9.
- Muruganantham, G., & Bhakat, R. S. (2013, April). International Journal Of Marketing Studies. *A Review Of Impulse Buying Behavior*, 5.
- Niekerk, B. M. V., Lombard, M. R., & Cunningham, N. (2024, March). South African Journal Of Economic And Management Sciences. *Store Atmospherics And Apparel Behavioural Intentions: The Moderating Effect Of Urban Bottom-Of-The-Pyramid Consumers' Age*.
- Peter, J. P., & Olson, J. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Mcgraw-Hill Education.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th Ed.). Salemba Empat.
- Putri, N. E., Ferriswara, D., & Herawati, A. (2024). *Pengaruh Visual Merchandising, Store Atmosphere, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying Di Kkv Tunjungan Plaza Surabaya*, 2.
- Safa'atillah, N. (2017). *Analisis Pengaruh Faktor Price Discount, Bonus Pack, Dan Brand Image Terhadap Konsumen Dalam Melakukan Impulse Buying Pada Produk Oriflame Di Kota Lamongan*, 2.

- Saodin. (2021). Intercode – Jurnal Ilmu Komunikasi. *Pengaruh Sales Promotion Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying*, 1(2), 105-122.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku Konsumen* (7th Ed.). Indeks.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2018). *Consumer Behavior* (12th Ed.). Pearson.
- Setiawardani, M. (2019). Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi. *Pengaruh Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Kajian Empiris Pada Gerai Miniso Di Kota Bandung)*, 5.
- Shantilawati, I., Zebua, S., & Tarmizi, R. (2024). Jurnal Manajemen Retail Indonesia. *Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Bisnis Retail*, 5.
<https://Ejournal.Raharja.Ac.Id/Index.Php/Jmari/Article/Download/3130/1843/>
- Sinaga, W. A. L., Sumarno, S., & Sari, I. P. (2022, Maret). Journal Of Machine Learning And Artificial Intelligence. *Penerapan Metode Regresi Linier Berganda Untuk Estimasi Jumlah Penduduk Pada Kecamatan Gunung Malela*, 1.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being* (12th Ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd Ed.). Alfabeta.
- Surbakti, M. K. R., Wijayanto, G., & Pailis, E. A. (2022, Januari - Juni). *Pengaruh Influencer, Lifestyle, Dan Brand Image Terhadap Impulse Buying Di*

