

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bhalla, Swati dan Anuraag S. (2010). *Visual Merchandising*. New Delhi : Tata McGraw Hill Education Private Limited.
- Djatmika, Tjejep. (2007). *Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Karya.
- Frings, G.S. (2014). *Fashion : From Concept To Customer 9th Edition*. Edinburg Gate Harlow : Pearson Education Limited
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Jakarta : Universitas Diponegoro.
- How, O.S & Ren, T.Y. (2016). *Navigating the Cyber World With Your Child: A Guide For Parents, Teachers, and Counsellors*. Singapore: JCS Digital Solution Pte, Ltd.
- Iqbal, Azmiya et al. (2011). *Visual Merchandising And Customer Appeal*. Bahrain : Birla Institute Of Technology.
- Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh*. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana.
- Kurniawan, Robert dan Yuniarto, Budi. (2016). *Analisis Regresi*. Jakarta : Kencana
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. New Jersey : Wiley.
- M.Romli, Asep Syamsul. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung : Nuansa Cendekia.
- Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Narimawati, Umi. (2008) . *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung : Unikom.
- Riduwan. (2010). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung : Alfa Beta

- Royan, Frans M. (2004). *Distributorship Management*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum
- Royan, Frans M. (2005). *Sales Force (Meningkatkan Penjualan Dengan Rancangan Bangun Sales Force Effective)*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Analysis Dengan SPSS*. Jakarta : PT Elek Media Komputindo.
- Shimp, T.A., (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu) Jilid I, edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga
- Sujianto, AE. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis. Edisi baru*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Wijaya, Toni. (2012). *Praktis Dan Sempel Cepat Menguasai SPSS 20 Untuk Olah Data dan Interpretasi Data*. Yogyakarta : Cahaya Atma Pustaka.
- Jurnal :**
- George P.M., & Gilbert A, C. (1978). *Consumer socialization: a theoretical and empirical analysis*. *American Marketing Association*, 549-609.
- Gilles, V. A. (1988). *Compulsive Buying : A Concept And Measurement*. *Journal Of Consumer Policy*, 419-440
- Ha, Young, Wi-Suk Kwon, & Sharron J. Lennon. (2007). *Online Visual Merchandising (VMD) of Apparel Web Sites*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, vol. 11 No. 4, 2007 pp. 477-493. Di akses pada 1 Februari 2018 dari <http://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/13612020710824553>
- Johar, Diah Syafita, Srikandi Kumadji, M. Kholid Mawardi. (2015). *Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) terhadap efektifitas iklan online*. Diakses pada tanggal 4 Februari 2018 dari <https://media.neliti.com/media/publications/86248-ID-pengaruh-aida-attention-interest-desire.pdf>
- Kim, Jiyeon (2003). *College Students' Apparel Impulse Buying Behaviors In Relation To Visual Merchandising* di akses pada tanggal 1 Februari 2018.
- Maymand, Mohammad M., Dan M Ahmadinejad. (2011). *Impuls Buying : The Role Of Store Environmental Stimulation And Situational Factors (An Empirical Investigation)*. *African Journal Of Business Management* 5, 13057-13605. ISSN : 1993-8233.
- Natadjaja, Listia, Rosaline Dewi F., & Deddy Setyawan. (2010). *Studi Pengaruh Visual Merchandise Untuk Anak Terhadap Perilaku Pembelian Paket Happymeal Di Restoran Mcdonald's Surabaya*. Diakses pada tanggal 31 Januari 2018 dari <http://nirmana.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/18059/17966>

- Park, J. H. et al. (2005). "Online Product Presentation :Effect On Mood, Perceived Risk, And Purchase Intention" *Psychology & Marketing*, vol. 22 no.9, pp. 695-719
- Park, J.H and Stoel, L (2002). "Apparel Shopping On The Internet : Information Availability On US Apparel Merchant Web Sites". *Journal Of Fashion Marketing And Management*, vol.6 no.2, pp.158-76
- Putra, Muhammad Ikhsan, Suharyono, & Yusri Abdillah. (2014). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Pengguna LINE Di Asia)*. Di akses pada tanggal 28 Januari 2018 dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/497>
- Ranganathan, C., and Ganapathy S. (2002). "Key Dimension Of Business-To-Consumer Web Sites. *Information & Management*, vol.39 no. 6 pp.457-65.
- Rowley, J.E. (2002). *E-Business : Principles And Practice*, Pal Grave, Chippenham.
- Shaker, S & Hossain, S.M (2016). *Investigated the impact of the price on consumer buying decision behavior of compulsive buying. International journal of advanced research*, 356-363
- Syzmanski, D.M. and Hise, R.T. (2000). "E-Satisfaction : An Initial Examination", *Journal Of Retailing*, vo. 76 no. 3, pp. 309-22.
- Tanjung, Yohanes Ricky. (-). *Analisis Pengaruh Variabel-Variabel Motivasi Terhadap Kecenderungan Melakukan Compulsive Buying Di "SOGO Galaxy Mall Dan Tunjungan Plaza"*. Di akses pada tanggal 22 Januari 2018.
- Then, N.K. And Delong, M.R. (1999). "Apparel Shopping On The Web". *Jurnal Of Family And Consumer Science*, Vol. 91 No. 3, Pp. 65-8
- Thomas, C.O., & Faber R.J. (1989). *Compulsive Buying : a phenomenological expliration. The Journal of consumer research*, 492-507
- Valence, G., d'Astous, A., & Fortier, L (1988). *Compulsive Buying : Concept and Measurement. Journal of consumer policy*, 419-433.
- Wayne S, D., & Edwards E. A (1996). *Typologies of compulsive buying behavior: a constrained cluterwise regression approach society for consumer psychology*.
- Wibowo, Kukuh Prasetyo. (2016). *Hubungan Compulsive Buying Dengan Perilaku Berhutang (Dissaving)*. Diakses pada tanggal 05 Maret 2018 dari <http://eprints.umm.ac.id/34420/1/jiptummpp-gdl-kukuhprase-45631-1-skripsi.pdf>

Sumber Online :

[https://learn.org/articles/What is Visual Merchandising.html](https://learn.org/articles/What_is_Visual_Merchandising.html) diakses pada tanggal 28 Januari 2018 pukul 19.37 WIB

<https://www.instagram.com/Innisfreeindonesia/?hl=id> diakses pada tanggal 30 Januari 2018 pada pukul 17.20 WIB

<http://www.Innisfree.com/id/id> diakses pada tanggal 30 Januari pada pukul 20.43

<http://biz.kompas.com/read/2017/04/06/173335628/ini.5.hal.utama.yang.perlu.and.a.ketahui.tentang.Innisfree>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2018 pada pukul 19.23 WIB

<https://www.merdeka.com/gaya/berapa-modal-seorang-fans-k-pop-dari-koleksi-album-merchandise-sampai-tiket-konser-splitnews-2.html> diakses pada tanggal 1 Maret 2018 pada pukul 22.30 WIB

<http://papasemar.com/inilah-beberapa-jenis-shopaholic-dan-yang-manakah-kamu/> diakses pada tanggal 02 Maret 2018 pada pukul 15.53 WIB

<https://www.statistikian.com/2017/06/berbagai-jenis-regresi-berganda.html> diakses pada tanggal 05 Maret 2018 pada pukul 07.24 WIB

<https://www.statistikian.com/2018/01/penjelasan-tutorial-regresi-linear-berganda.html> pada tanggal 05 Maret 2018 pada pukul 07.30 WIB

Allen, Cliff. (1999). *See It In 3D*. <https://www.clickz.com/see-it-in-3d/82593/> pada tanggal 05 Maret 2018 pada pukul 12.28 WIB

http://asia.in-cosmetics.com/RXUK/RXUK_In-CosmeticsAsia/responsive/documents/2017/11.00_Skincare_in_Asia_Pacific_Key_trends_and_opportunities_Euromonitor.pdf?v=1509507062 di akses pada tanggal 25 April 2018 pada pukul 12.21 WIB

<http://www.womensmarketing.com/blog/infographic-the-beauty-consumers-path-to-purchase-2017-wmi> di akses pada tanggal 27 April 2018 pada pukul 13.50 WIB

<http://www.womensmarketing.com/blog/infographic-what-drives-online-purchase-wmi> di akses pada tanggal 27 April 2018 pada pukul 13.55 WIB

<http://m.vemale.com/brand/16941-Innisfree-produk-kecantikan-dengan-harmonisasi-alam.html> di akses pada tanggal 20 Juni 2018 pukul 21.33 WIB

http://www.Innisfree.com/id/id/BrandPage.do?pageName=brand_concept di akses pada tanggal 20 Juni 2018 pada pukul 22.06 WIB