

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Setiadi dan Titik Ekowati, K. A. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 38(2). <https://doi.org/10.47728/ag.v38i2.287>
- Ahmad, M. H., & Howara, D. (2022). Analisis preferensi konsumen industri tahu afifah di kota palu. 10(5), 773–779.
- Aiman, A., Handaka, A. A., & Lili, W. (2017). Analisis preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli produk olahan perikanan di kota tasikmalaya (studi kasus di pasar tradisional cikurubuk, kec mangkubumi). *Jurnal Perikanan Dan Kelautan*, 8(1), 8–18. <http://jurnal.unpad.ac.id/jpk/article/view/13902>
- Aliyah, Istijabatul. (2017). PEMAHAMAN KONSEPTUAL PASAR TRADISIONAL DI PERKOTAAN. *Cakra Wisata*, 201.
- Aliyah, Istijabul. (2020). *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota* (M. Iqbal (ed.); Pertama). Yayasan Kita Menulis.
- Alsa, A. (2003). *Pendekatan kuantitatif dan kualitatif serta kombinasinya dalam penelitian psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Amiruddin. (2022). OPTIMALISASI RETRIBUSI PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN PAD KABUPATEN SUMENEP. *Karaton: Jurnal Pembangunan Sumenep*, 1(2), 222–236.
- Anggreni, P., Wayan, I., & Arsana, G. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Merek Smartphone Berdasarkan Sistem Operasi (Studi Perbandingan Smartphone menggunakan Iphone S/IOS dengan Android OS). *Juima*, 12(1), 111–129. <https://www.gartner.com/newsroom/id>
- Anisa, S. B. N., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori* (D. S. Tigor (ed.); Pertama). IOCS Publisher.
- Ardiyansyah, F., Mursito, B., & Maryam, S. (2019). ANALISIS KUALITAS PRODUK, DIVERSIFIKASI PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Di Pasar Gedhe Solo).

Edunomika, 03(02), 493–500.

Arianto, N. (n.d.). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Cipta Media Nusantara.

Asribestari, R., & Setyono, J. S. (2013). Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen. *Jurnal Teknik PWK*, 2(3), 539–548.

Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10.

Aziz, A. (2018). *Ekonomi Politik Monopoli: Negara Pelayan Kapitalis & Kuasa Korporasi dalam Bisnis Pasar Modern* (Pertama). Airlangga University Pers.

Bunga Mauliqa Ilwan, Mahrinasari MS, M. R. R. (2016). Pengaruh Label Halal, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah Di Indonesia. <https://Medium.Com/>, 7(9).

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–19.

Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, R. F. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/867>

Choirunnisa, & Arifin, Z. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik Dan Sayuran Non Organik Di Kota Malang. *JU-Ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 5(2), 65–75. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/JU-ke/index>

Davies, J., Blekking, J., Hannah, C., Zimmer, A., Joshi, N., Anderson, P., Chilenga, A., & Evans, T. (2022). Governance of traditional markets and rural-urban food systems in sub-Saharan Africa. *Habitat International*, 127(July), 102620. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2022.102620>

Effendie. (2017). *Keuangan Negara Suatu Tinjauan Komprehensif dan Terpadu*. Airlangga University Press.

Elizabeth, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi*

- Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Eny setyariningsih, & Utami, B. (2021). Strategi Pedagang Pasar Tradisional Menghadapi Persaingan Dengan Retail Modern Di Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 4, 157–169.
- Erinda, Aisyah, Srikandi Kumadji, and S. (2016). Analisis Faktor-faktor Preferensi Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan Mcdonald's Di Indonesia Dan Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 87–95.
- Erlia, P. (2022). *Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada cv. indah sakti kota pinang*. IAIN Padang Simpuan.
- Fahmi, S., Ardiansah, & Aprialdi, D. (2021). Model Pengaturan Yang Efektif Terkait Pengelolaan Pasar Tradisional Di Indonesia. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 16(2), 282–292. <https://doi.org/10.33059/jhsk.v16i2.4311>
- Faisal. (2021). Pengaruh Return on Asset dan NonPerforming Loan Terhadap Capital Adequacy Ratio Pada PT Bank Mega Tbk. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 61–69. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.145>
- Fajarani, E., Wildayana, E., & Elysa Putri, N. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Jurnal Kali Agri*, 2(1), 38–50.
- Fatra, M. (2018). *Analisis preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional dan pasar modern di kota makassar*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 9* (A. Tejokusumo (ed.); Sembilan). Universitas Diponegoro.
- Haerusana, S. (2022). *Pengaruh harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hastuti, S. W., Agatha, M., & Muhammad, A. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>

- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Hernikasari, I., & Hapzi Ali, H. H. (2022). Determinasi citra merek melalui kepuasan pelanggan bear brand: Analisis harga dan kualitas produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450.
- Hoetoro, A. (2018). *Ekonomi Mikro Islam: Pendekatan Integratif* (pertama). UB Pers.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i2.1757>
- Ikut, C. I. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional Semarang. *Serat Acitya*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.56444/sa.v11i1.2952>
- Irawati, I. (2019). *ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL DAN MODERN DI KOTA MAKASSAR*.
- Jaya, U. A., & Mutiara, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Sukabumi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 383–392. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.231>
- Kalsum, U., Fauziyah, E., & Nugroho, T. R. D. A. (2013). Preferensi Konsumen dalam Membeli Rengginang Lorjuk di Kecamatan Kamal Bangkalan. *Agriekonomika*, 2(2), 153–162. <http://journal.trunojoyo.ac.id/agriekonomika/article/view/434>
- Kartikasari, Dwi, R., Irham, Mulyo, & Handoyo, J. (2019). Level of Customer Satisfaction Towards Marketing Mix In Indonesian Traditional Market. *Agro Ekonomi*, 29(2), 218. <https://doi.org/10.22146/ae.35888>
- Kasmadi, N. S. S. (2013). *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Kurnia, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Mukena Siti Khadijah). In *Molucca Medica* (Vol. 11, Issue April). <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>

- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(2), 145–154. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/112>
- Lalo, A. A. (2022). *PENERAPAN KEGIATAN QUALITY QONTROL DALAM PROSES PRODUKSI KONVEKSI PADA SEKSI CUTTING SEWWING DAN FINISHING PT JAYA PASUNDAN DI DESA GADUNGAN KECAMATAN WEDI KABUPATEN KLATEN JAWA TENGAH*. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa STPMD.
- Leonard, A., Manafe, A., & Ferdinand, R. (2021). Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Kerupuk pada Cv. Panda Unyil Kerupuk Sidoarjo. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 81–89. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1642>
- Lionarto, Melitina Tecoalu, S. W. (2022). Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Manajemen and Business (JOMB)*, 4(527–545), 9–25.
- Lolowang, R. I. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tipe Premium (Studi Pada Konsumen Kawanua Emerald City Akrland Manado. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(1).
- Layaman. (2022). *Statistika: Aplikasi Dalam Penelitian Manajemen*. Deepublish, Yogyakarta.
- Lubis, Desy Irana Dewi, and R. H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*, 5, 15–24.
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021a). Daya Tarik Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Dimediasi Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Thai Tea Di Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 4(1), 104–113. <https://doi.org/10.35965/jbm.v4i1.1079>
- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021b). Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja. In H. Remmang, M. Said, & A. Puspita (Eds.), *Pusaka Almaida*. Pusaka Almaida.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan

- Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Marranitha, I. D. A. R. P., & Suardana, I. B. R. (2020). Pengaruh Kepercayaan , Selisih Bunga Kredit Dengan Bank Konvensional , Dan Kemudahan Proses Kredit Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Fintech Berbasis Pinjaman Online : Studi Kasus Di PTN dan PTS Provinsi Bali. *TIERS Information Technology Journal*, 1(2), 44–50. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/tiers/article/view/2805>
- Masyhuri, M., & Utomo, S. W. (2017). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 6(1), 59. <https://doi.org/10.25273/jap.v6i1.1293>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengembalian Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko “Florensia. *Jurnal Martua*, VOL. 3 NO.(1), 17. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/266>.
- Minarti, Asnia, and V. G. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada distro undersiege soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi*, 5, 107–114.
- Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Pers.
- Mujiono, F. V. S. (2018). *ANALISIS PENGARUH LABEL HALAL, PENDAPATAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN IMPOR*.
- Munawaroh, L., Wijayantini, B., Setianingsih, W. E., & Muhammadiyah Jember, U. (2022). Celebrity Endorser, E-Wom Dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 3(2), 374–388. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3962>
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11.

<https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>

- Mutia Ardini, Cut Gustiana, S. A. (2022). *ANALISIS PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN BANDENG (Chanos chanos) DI KECAMATAN SERUWAY KABUPATEN ACEH TAMIANG*. 2(11), 3765–3772.
- Mutiara, A. (2018). *Daya tarik pasar tradisional dalam meningkatkan minat belanja masyarakat di Pasar Kiaracondong Kota Bandung*. 1–15.
- Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus Pt. Nusantara Berlian Motor Medan). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4(3), 5–24.
- Naziroh, N., Sari, Y., & Putri, F. M. (2022). Analisis Kebutuhan Dan Pengembangan Dimensi Kepribadian Manusia. *Al-Khair Journal: Management, Education, And Law*, 67–77.
- Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 146. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.8377>
- Noor, Z. Z. (2021). *Manajemen Pemasaran Strategik*. DEEPUBLISH.
- Novrijal, A. (2020). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK PERTANIAN DALAM BERBELANJA DI PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL DI KOTA GORONTALO*.
- Nugroho, Jalu, E., & Simamora, L. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Sapi Di Pasar Raya I Salatiga. *IRAA'AH MAJALAH ILMIAH PERTANIAN*, 46(2), 134–143.
- Nuraini, F., & Novitaningtyas, I. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan Cabang Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 50–57. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v3i2.740>
- Nurhayati, A. (2014). PENGARUH HARGA, KUALITAS, KONDISI PASAR DAN

- LOKASI PASAR TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4, 1–12.
- Nurjanah, S., & Mursalin, E. (2022). Pentingnya Mitigasi Bencana Alam Longsor Lahan: Studi Persepsi Mahasiswa. *Jurnal Basicedu*, 6(1), 515–523.
- Nurtjahjani, F., & Basuki, R. S. (2015). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Penjualan Ritel Alfa Mart Di Malang*. November. https://www.researchgate.net/profile/Fullchis-Nurtjahjani/publication/320057218_PENGARUH_STRATEGI_PENETAPAN_HARGA_TERHADAP_PENJUALAN_RITEL_ALFA_MART_DI_MALANG/links/59cc94fa45851556e986ff0e/PENGARUH-STRATEGI-PENETAPAN-HARGA-TERHADAP-PENJUALAN-RITEL-ALFA-M
- Octavia, S., & Agustan. (2017). *STUDI KAPASITAS PASAR WAMANGGU TERHADAP KOMUNITAS PEDAGANG PASAR DALAM KOTA MERAUKE*. 6(1).
- Ojo, O. E., & Saibu, I. A. (2019). Rituals, Myths and Festivals in a Changing Context SPECIAL. *IFE JOURNAL OF HISTORY (IJOH)* Copyright, 9(1).
- Prabowo, M. D., & Santoso, B. H. (2022). Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sumber hikmah jaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–17.
- Pramudawardhani, I. (n.d.). *ERKEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DI SUKOHARJO KOTADAN PENGARUHNYA TERHADAP PARA PEDAGANG KAKI LIMA*. 15–20.
- Prastika, Linda Ayuning, and R. U. A. F. (2022). PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL MODERASI KONSUMEN HANDPHONE OPPO (STUDI EMPIRIS PADA KONSUMEN BETH CELL DI KABUPATEN PACITAN). In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 4(Oktober).
- Putri, N. E., & Iskandar, D. (2017). ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN SOCIAL MESSENGER DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014 (Studi Kasus : LINE, KAKAOTALK, WECHAT, WHATSAPP). *Jurnal*

- Manajemen Indonesia*, 14(2), 110. <https://doi.org/10.25124/jmi.v14i2.356>
- Putri, Y. F. (2022). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food Lele Bumbu Home Made Di Kabupaten Sragen*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Qusyairi, A. (2016). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH PASAR TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA*.
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1), 32–43.
- Rahayu Tanama Putri, B. (2017). *Manajemen Pemasaran*.
- Resmawa, I. N. (2020). Monograf: STUDI PERBANDINGAN PREFERENSI KONSUMEN (STUDI KASUS: OUR BAR DAN OLDWOOD BAR). In A. Hidayat (Ed.), *LPPM STIE YAPAN (Pertama)*. LPPM STIE YAPAN. <https://www.kajianpustaka.com/2015/11/preferensi-konsumen.html>
- Riqzullah, A. I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelid. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Roid, A. M. B., & Hidayati, R. (2022). PENGHAWAAN DAN KENYAMANAN TERMAL PADA PASAR TRADISIONAL KARTASURA. 744–749.
- Ronauli, L. N., & Indriani, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Obat Generik (Studi Pada Konsumen di Apotek Kimia Farma Pandanaran Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 159–174. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.172-187>
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1). <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i1.2419>
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*.
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel

- Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS VS LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Selemba Empat.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Samudra Biru.
- Satriawan, G. (2019). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Konsumen Air Minum dalam Kemasan)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Secapramana, V. (2017). Model Dalam Strategi Penetapan Harga. *Unitas*, 9(1), 30–43.
- Semaoen, I., & Kiptiyah, S. M. (2011). *Mikroekonomi* (T. U. Pers (ed.); Pertama). Universitas Brawijaya Pers.
- Sembiring, R. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas, Keragaman Produk dan Lokasi Pasar Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Pertanian di Pasar Tradisional Berastagi. *Jurnal Agrica*, 9. <https://doi.org/10.31289/agrica.v9i2.541>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Ketiga). Prenada Media Group.
- Sholihat, A. (2018). Bab 2 Teori Keputusan Pembelian Dan Indikator Def Operasional. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Sinaga, F., Mayastika, E., & Rahmawati, D. (2020). Comparative Analysis of Price and Product Quality in Traditional Markets and Temporary Markets in Batu Bara. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences |IJERLAS*, 2(4), 561–570.
- Sintia, I., Pasarella, M. D., & Nohe, D. A. (2022). Perbandingan Tingkat Konsistensi Uji Distribusi Normalitas Pada Kasus Tingkat Pengangguran di Jawa. *Prosiding Seminar Nasional Matematika, Statistika, Dan Aplikasinya*, 2(2), 322–333.
- Sisca, S., Simanjuntak, M., Sudarso, A., Grace, E., Sahir, S. H., Putri, D. M. B., Rosdiana, R., Ningtyas, C. P., Hasyim, H., & Muliatie, Y. E. (2021). *Pemasaran: Dasar dan Konsep* (J. S. Abdul Karim (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Sitoro, S. (2020). *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG PASAR*

- INDUK DAN PASAR DADAKAN (PASAR TUMPAH) DI SANGATTA UTARA. *Jurnal Tinta Nusantara*, 6(2), 65–71.
- Subhan, A. (2019). *Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional Ujung Loe Kabupaten Bulukumbba*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Sujarweni, V. W. (2012). *SPSS untuk Paramedis*. Gava Media.
- Sungkawa, I., Purnomo, D., & Fauziah, E. (2015). HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI DAN PREFERENSI KONSUMENDENGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH LOKAL(Studi kasus di Pasar Harjamukti, Pasar Pagi, dan Pasar Kanoman Kota Cirebon). *JURNAL AGRIJATI*, 28(1), 1576–1580.
- Sunyoto, D. (2010). *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Supriyadi, E. (2022). *ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PRODUK DENGAN STATISTICAL PROCESS CONTROL (SPC)* (Pertama). Pascal Books.
- Susanto, R. Y. (2019). Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 39. <https://doi.org/10.33366/ref.v6i2.1203>
- Suyami, Sumintarsih, Taryati, Andrianto, A., & Sujarno. (2011). *EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL: Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Surabaya-Jawa Timur* (C. Ariani (ed.); Pertama). Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta.
- Syaekhu, A., & Suprianto. (2021). *Teori Pengambilan Keputusan*. Zahir Publishing.
- Syabhana, J. A., & Sadino. (2014). Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan (Studi Kasus : Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta). *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 10(2), 205–217.
- Syam, S. A., Ilham, M., Haeruddin, W., Ruma, Z., Musa, I., & Hasbiah, S. (2022). *PEMBELIAN PRODUK PADA MARKETPLACE*. 18(2), 73–79.

- Syarifuddin, D. (2018). Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 1(15), 19–32.
- Tambunan, T. (2020). *Pasar Tradisional dan Peran UMKM (Pertama)*. IPB Press.
- Timoer, F. C., & Trenggana, A. F. M. (2019). Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Ditinjau dari Strategi Bauran Pemasaran di Kota Bandung (Studi Kasus pada Pasar Palasari dan Griya Buah Batu). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 3(2), 1–14. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp>
- Trisnawati, N., Riefianti, R., & Amdani. (2023). ANALISA FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SCARLETT WHITENING. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(1), 170-179.
- Tumbelaka, A., Kindangen, P., & Kalangi, J. A. . (2019). Preferensi Konsumen Dalam Memilih Bank BRI dan Bank BCA DiManado Berdasarkan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Wigiyanti. (2022). The Appeal of Traditional Markets to Consumers. *Literature for Social Impact and Cultural Studies*.
- Wiyono, Wardhana, & Arin, I. (2021). Analisis Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Perilaku Konsumen dengan Minat sebagai moderasi terhadap Kepuasan Konsumen Muslim. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1096–1103. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.387>
- Yanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Yopiannor, F. Z. (2017). STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING PASAR TRADISIONAL (KASUS REVITALISASI PASAR TRADISIONAL DIKOTA BANJARMASIN). 3(April), 85–90.
- Yulianingsih, T., Marlina Verawati, D., & Novitaningtyas, I. (2022). Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Redmi Note 10 5G Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tidar). *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 10(02), 142–152. <https://doi.org/10.33508/jrma.v10i2.1117>
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap

Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan CikZulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Da. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106–128.

<https://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2021/PERMENDAG%20NOMOR%2023%20TAHUN%202021.pdf> diakses pada tanggal 25 oktober 2022

<https://www.bps.go.id/pasar/> diakses pada tanggal 25 oktober 2022

