

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Alam, I. A., & Zahra, B. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen DM Parcel. *Jurnal EMT KITA*, 7(3). <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1254>
- Ali, M. (2022). *PENGARUH LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi pada Toko Sam Bycycle Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU PEKANBARU.
- Annafik, A. F., & Rahardjo, M. (2012). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR YAMAHA (Studi kasus pada konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(2002), 274–281. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Ardiansyah, N. R., Fitriadi, B. W., & Yusnita, R. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli (Survei Konsumen Donat Sibungsu Singaparna Kabupaten Tasikmalaya). *Performa*, 6(1), 21–29. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1907>
- Azizah, L. N. (2020). PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL KIRINGAN. *Media Mahardhika*, 19(1). <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i1.201>
- Deli Sianturi, R. (2021). Pengaruh Promosi dan Store Exterior Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bisnis Retail Minimarket. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2).
- Dwinta, H. (2017). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MEMBELI BARANG ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG)*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Effendi, D. R., Fermayani, R., Egim, A. S., & Harahap, R. R. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pasar Modern Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ecogen*, 4(2), 188. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i2.11169>
- Endang, W. W. (2018). Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas (PTK), Research and Development (R&D). In *Bumi Aksara*.
- Fure, H., Produk, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca. *EMBA*, 1(3), 273–283.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Kesembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. *Alfabeta*,

1(1), 1–99.

- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Hadi Muktadir, M., & Usman, M. (2023). Dampak Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Ekonomi Pedagang Pasar Tani Kota Bandar Lampung. *Journal on Education*, 6(1), 6701–6711. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3898>
- Hardani, S.Pd., M. S. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif. In *Journal of Experimental Psychology: General*.
- Hidayatullah, I. (2020). Pemikiran Al-Ghazali Tentang Mekanisme Pasar Dan Penetapan Harga. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 5(1), 42–54. <https://doi.org/10.30736/jesa.v5i1.76>
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books. In *Unitomo Press*.
- Ishak, K. (2017). PENETAPAN HARGA DITINJAU DALAM PERSEPEKTIF ISLAM. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 6(1), 35–49. www.organisasi.org/1970/01/definisi-pengertian-harga-tujuan-metode-pendekatan-enetapan
- Juwita, N., & Hermawan, H. (2020). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Di Pasar Induk Wonosobo. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 106–112. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1463>
- Kamiruddin, K., & Parakkasi, Indra. (2018). ANALISIS HARGA DAN MEKANISME PASAR DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *LAA MAYSIR*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.24252/laamaisyir.v5i1a5>
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.75>. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Maharani, A., & Darya Dzikra, A. (2021). FUNGSI PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA : PERLINDUNGAN, KONSUMEN DAN PELAKU USAHA (LITERATURE REVIEW). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659–666. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.607>
- Mahyarni, M. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Meitiana, M. (2017). Perilaku Pembelian Konsumen: Sebuah Tinjauan Literatur Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 16. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1762>
- Meylinda, M. V. (2017). *Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui*

- Sistem Online Shop (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)*. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/18136>
- Mone Mau, Antonius Philipus Kurniawan, & Imelda Virgula Wisang. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional (Pasar Maumere). *Jurnal Projemen UNIPA*, 10(2), 56–71. <https://doi.org/10.59603/projemen.v10i2.29>
- Muflihah, M. D. (2019). Permintaan, Penawaran Dan Keseimbangan Harga Dalam Prespektif Ekonomi Mikro Islam. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(2), 185–195. <https://doi.org/10.30736/jesa.v4i2.68>
- Mukaromah, N. F., & Wijaya, T. (2020). PASAR PERSAINGAN SEMPURNA DAN PASAR PERSAINGAN TIDAK SEMPURNA DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1–16. <https://doi.org/10.33650/profit.v4i2.1621>
- Muslimin, S., Zainab, & Jafar, W. (2020). Penetapan, Konsep Dalam, Harga Islam, Perspektif. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11.
- Muzhiroh. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kelurahan Cakung Barat). *Jurnal Ecodemica*, 25–30, 35. <http://repository.stei.ac.id/1537/>
- Pasarela, H. (2021). Analisis Pengaruh Potensi Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Pasar Paya Ilang). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(7), 1106–1114. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i7.371>
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *KINERJA*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pascal Books*.
- Putra, A. M. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Pada Kedai Kopi Nusantara Samarinda. In *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Ridwan, M., Ulum, B., Muhammad, F., & Indragiri, U. I. (2021). Pengaruh Tempat Usaha Dan Kelengkapan Produk Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Pada Supermarket Bangunan. *Jurnal Masohi*, 02(01), 42–51.
- Salim, A., & Nurdin, H. (2020). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Raya Amahami (Kota Bima). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 132–140. <https://doi.org/10.30812/target.v2i1.740>
- Sari, B. S. D. N. (2020). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan PT.Varindo Lombok Inti. *Universitas Muhammadiyah Mataram*.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Semaun, S., & Darwis, D. (2020). Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Di Matahari Department Store Makassar (Analisis Etika

- Bisnis Islam). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4(01), 1–15.
- Setiadi, N. J. (2013). Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga. *Perilaku Konsumen, January 2010*, 422. <https://books.google.co.id/books?id=DZLyDwAAQBAJ>
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif: Perhitungan Manual dan SPSS. In *Kencana* (Kesatu, Issue 2002). Kencana. <https://books.google.co.id/books?id=hOLXEAAAQBAJ>
- Suhardi, C. (2016). *Pengantar Ejkonomi Mikro* (M. Prof. Dr. drg. Hj. Ida Aju Brahmasari, Dipl. DHE. (ed.); 1st ed.). Gava Media.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Suharyono, S. (2018). PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.29300/aij.v4i2.1216>
- Suryani, Y. (2015). Teori Lokasi Dalam Penentuan Pembangunan Lokasi Pasar Tradisional (Telaah Studi Literatur). *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akutansi (SNEMA)*, c, 152–163. <http://fe.unp.ac.id/>
- Syukria, A. (2023). Potensi Pasar Tradisional dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 306–311. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.221>
- Tania, A. C., Hafizah, & Aditi, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Membeli Ulang, dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen di Cafe n2 Foodcourt Tanjung Morawa). *Jamek (Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi)*, 2(1), 16–32.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>
- Tariigan, R. (2014). Ekonomi Tarigan, Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi. In *社会言語科学* (Vol. 29, Issue 14).
- Tika Pertiwi, E. (2023). *PENGARUH LOKASI STRATEGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Studi pada Toko Gedung Dalom Harapan Jaya di Kampung Kiling-kiling Way Kanan)*. 1–104.
- Welsa, H., Kurniawan, I. S., & Nagar, R. (2021). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Brand Image Pada Konsumen Rocket Chicken. *Journal Competency of Business*, 5(1), 10–26. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i1.871>
- Widayat, W., & Purwanto, H. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, KEBERAGAMAN PRODUK, SUASANA TOKO DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL WONOSOBO. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1). <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i1.1458>
- Woniman, Lesmana, I., & Ali Busro, M. (2023). Pengaruh Lokasi dan Harga

Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Tradisional Pucung Raya Jatimulya Kota Depok Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*, 1(1), 31–36.

<https://www.antaraneews.com/berita/3534225/> Diakses 28 Oktober 2023

