

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, & Kurniawan, 2018, Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-commerce, *Jurnal Komunikasi Indonesia*. Hal: 28-43.
- Agustini, P, 2019, Pandu Digital,(Internet), September, <<https://aptika.kominfo.go.id/2019/09/pandu-digital/>> (diakses 15 Oktober 2019).
- Akbar, & Usman, H, 2015, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara .
- _____, 2018, *Laporan Survei Penetrasi dan Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*, (Internet), <<https://apjii.or.id/survei/>>(Diakses pada 30 Oktober 2019).
- Arikunto, S., 2010, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyani, N. I., & Nurcahyono., O, 2018, Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial, *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1). Hal: 1-13
- Artaya, I., P., & Purworusmiardi, 2019, Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk Bagi UMKM di Jawa Timur, 10.13140/RG.2.2.10157.95206.
- Aryani, A,N, 2019, Ribuan Pedagang Pasar Tradisional Akan Jualan Online,(Internet), 29 Juli, <<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2019/07/29/ribuan-pedagang-pasar-tradisional-akan-jualan-Online>>(diakses pada 03 Oktober 2019).
- Brata, I., B., 2016, Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global. *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*, Vol. 6. Hal: 1-12.
- Bloom, & Boone, 2006, *Strategi Pemasaran Produk*, Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Candrawati, 2015, Pasar Modern dan Pasar Tradisional Dalam Gaya Hidup Masyarakat di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali, *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 1(02).
- Choiri, 2018, Kelebihan dan Kekurangan Bisnis Online di Marketplace yang Perlu Diketahui, (Internet), <<https://www.jurnal.id/id/blog/2018-kelebihan-dan-kekurangan-berbisnis-Online-di-marketplace-yang-perlu-diketahui/>> (diakses 11 Oktober 2019).
- Competition Commission Singapore, 2017, Handbook on E-Commerce and Competition in ASEAN, (Internet), <https://www.cccs.gov.sg/-/media/custom/ccs/files/media-and-publications/publications/inhouse-publication/ccs_eCommerce-handbook_2017.pdf>(diakses 10 September 2019).

- Danim, S., 2002, *Menjadi Peneliti kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia.
- Dinova, 2018, Pengaruh Iklan E-Commerce Shopee di Media Televisi Terhadap Minat Beli Mahasiswa di Yogyakarta, *Skripsi*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Fachriyan, H., A., & Wijaya, I., P., E., 2018, Aplikasi Model E-Marketplace Dalam E-Agribusiness, *Jurnal Mediagro*, Vol. 14. No. 14. Hal: 12-2
- Febrianty, D., 2013, Model of Role Strengthening of Traditional Market Based on Social Capital in Indonesia: Studi Case Beringharjo Market, Jogjakarta, *Journal of Economics and Sustainable Development*, Vol.4, No.5. Hal: 115-124
- Grieger, 2003, Electronic marketplaces: A literature review and a call for supply chain management research, *European journal of operational research*, 144(2). Hal: 280-294.
- Harahap, 2018, Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus, *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2). Hal:193-213.
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(2). Hal: 237-246.
- Herliana., E., T, 2015, *Preserving Javanese Culture through Retail Activities in Beringharjo, Yogyakarta*, *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 184. Hal: 206–213
- Hidayati, A., D., & Hendrastomo., G, 2016, Jaringan Sosial Perdagangan Batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*. Hal: 1-12
- IPrice, 2019, Peta E-Commerce Indonesia, (Internet), <<https://iprice.co.id/insights/mapofeCommerce/>>(diakses pada 4 Maret 2019).
- Jazeri, M., Zullina., D., N., & Maulida., S., Z, 2019, Ragam Bahasa Dalam Transaksi Jual-Beli di Pasar Beringharjo Yogyakarta. *Jurnal Dialektika* Vol 6 (1), 2019. Hal: 22-35
- Lestari, S.,A., Winarno, W.,W., Rizal, M.,N., 2017, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Belanja Online: PVT Model, *Jurnal, Dep, Teknik Elektro dan Teknologi Informasi FT UGM*, 27 Juli, ISSN: 2085-6350.
- Moore, B., Akib, K., Sugden, S, 2018, E-Commerce in Indonesia: a guide for Australian business, (Internet), <<https://www.austrade.gov.au/ArticleDocuments/1358/E-commerce-in-Indonesia-Guide.pdf.aspx>>(diakses pada 3 Maret 2019 Pukul 19,05 WIB)
- Moleong, L. J., 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Naafs, S., & White., B., 2012, *Generasi Antara: Refleksi tentang Studi Pemuda*

Indonesia, Jurnal Studi Pemuda, Vol. 1 N0. 2. Hal: 89-106

Neuman, W., L., 2019, *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Terj: Edina T. Sofia), Jakarta: Penerbit Indeks

Nurrohmah, A., & Alfianur, F., 2016, Adopsi e-commerce pada usaha mikro dan kecil di Bandung (Studi kasus subsektor fesyen), *eProceedings of Management*, 3(2).

Nurngaeni, E., 2017, Pemanfaatan Media Sosial (*Online*) sebagai Distribusi Barang Era Digital di Pasar Klewer Surakarta. (*e-Jurnal*), <<https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/18118>> Vol 6, No 1.

Pardede, & Martini, 2016, Pengaruh Orientasi Belanja Terhadap Minat Beli *Online* Pada Tokopedia, com di Indonesia, *eProceedings of Management*, 3(3).

Pawestri, N., & Lufityanti, G., 2019, Sebagai Sarana Mempromosikan Pasar Tradisional, Disperindag Kota Yogyakarta Gelar Garebeg Pasar, (Internet), 25 Maret, <<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2019/03/25/510/980582/umkm-berkesempatan-jajakan-produknya-di-beringharjo>>(Diakses 03 Oktober 2019).

Pinsker, Y,L, 2019, Kominfo Ajak Startup Lokal Dorong UMKM Go *Online*, (Internet), 5 Juli, <<https://jogja.tribunnews.com/2019/07/05/kominfo-ajak-startup-lokal-dorong-umkm-go-Online>>(Diakses 03 Oktober 2019)

Pradana, M., 2015, Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia, *Jurnal*, Modus Vol, 27 (2). Universitas Telkom. Hal:162-174

Rachman, K., A., & Ariyanti, M., 2018, Analisis Positioning Marketplace Berdasarkan Persepsi Konsumen Generasi Milenial (studi Pada Tokopedia, Shopee, Olx, Bukalapak), *eProceedings of Management*, 5(2).

Ramadhan, R.,S., 2018, Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Yogyakarta, *Tugas Akhir*, Program Diploma Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.

Revaldo, M,H,T., & Wibisono, A., Nisafani, A,S, 2017, Analisis Kanal Penjualan Produk Fashion Pada Tiga *E-Marketplace* di Indonesia (Studi Kasus: Ziahijab.com), *Tugas akhir*: Fakultas Teknologi Informasi ITS Surabaya,

Rillo, A., D., & Cruz, V., 2016, The Development Dimension of E-Commerce in Asia: Opportunities and Challenges, (Internet) , <<https://www.adb.org/sites/default/files/publication/185050/adb-pb2016-2.pdf>>(diakses pada 03 Oktober 2019).

Ruslina, E., 2012, Makna Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 dalam Pembangunan Hukum Ekonomi Indonesia, *Jurnal Konstitusi*, 9(1).

- Rosyana, R. 2019. Kominfo bidik 10 ribu pasar bisa jualan *online*, (Internet), <<https://beritagar.id/artikel/berita/kominfo-bidik-10-ribu-pasar-bisa-jualan-online>> (diakses pada 03 Oktober 2019)
- Santoso, S., 2018, UMKM Go *Online*, (Internet), <<https://www.theindonesianinstitute.com/wpcontent/uploads/2018/10/Paparan-UMKM-versi-1.1.pdf>>(diakses 08 Oktober 2019).
- Saputri, 2015, Pengaruh Keamanan, Kemudahan, dan Risiko Kinerja Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Tokopedia.com, *Skripsi*: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sofia, H., 2019, Pedagang pasar tradisional di Surabaya diajak go *Online* di marketplace, (Internet), <<https://www.antaranews.com/berita/940584/pedagang-pasar-tradisional-di-surabaya-diajak-go-Online-di-marketplace>>(diakses pada 03 Oktober 2019).
- Swasono, S-E, 2002, *Bung Hatta: Bapak Kedaulatan Rakyat*, Jakarta: Yayasan Hatta.
- Viska, 2019, UMKM Go *Online* Ajak Pedagang Pasar Tradisional Go Digital, (Internet), <https://kominfo.go.id/content/detail/16740/umkm-go-Onlineajak-pedagang-pasar-tradisional-go-digital/0/berita_satker>(diakses 3 Oktober 2019).
- We Are Social & Hootsuite, 2018, Digital in 2018 in Southeast Asia: Insights Into Internet, Social Media, Mobile, And *ECommerce* Use Across The Region, (Internet), <<https://digitalreport.wearesocial.com/>>(diakses 19 Oktober 2019).
- Wiko, W, 2019, Masuk Era Digital, Kini Pasar Tradisional Sudah Bisa Go *Online*, (Internet), <<https://sumeks.co/masuk-era-digital-kini-pasar-tradisional-sudah-bisa-go-Online/>>(diakses pada 03 Oktober 2019).
- Wulandari, 2017, Inovasi Pemuda Dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi di Kampung Warna-Warni Kelurahan Jodipan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang), *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 23. No.3 Desember, Hal: 300-319.
- Zulkarnain, MI., 2015, “Peran Balai Pemuda dan Olahraga Yogyakarta dalam Upaya Pengembangan Kewirausahaan Pemuda Untuk Mendukung Ketahanan Ekonomi Keluarga (studi tentang Persepsi Peserta Kegiatan Pelatihan Keterampilan BPO DIY)”, dalam *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 21 No. 3 Edisi Desember. Hal: 197-207.
- _____, 2018, Pedagang Pasar Beringharjo Uji Coba Bayar Retribusi Melalui E-Retribusi, Walikota Resmikan Relief dan Taman Tertib Ukur, (Internet), <<https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/6170>> (diakses pada 08 Desember 2019)

. 2018, *Profil Pasar Beringharjo Yogyakarta*, Yogyakarta: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Yogyakarta

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan.

Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 320/Kep/2018 tentang Penetapan Upah Minimum Kabupaten/Kota Tahun 2019

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2009 tentang Pasar.