

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A., dan C. Narbuko. 2002. Metodologi Penelitian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Andrianto, C. 2014. Tips Memilih dan Menyimpan Sayur-mayur. Grup Khitah Publishing, Yogyakarta.
- Anjani, H.D., Irham, dan L.R. Waluyati. 2018. Relationship of 7P marketing mix and consumers loyalty in traditional markets. *Agro Ekonomi* 29(2) : 261-273.
- Apriyono, A., dan A. Taman. 2013. Analisis overreaction pada saham perusahaan manufaktur di bursa efek indonesia (BEI) periode 2005-2009. *Jurnal Nomina* 2(2) : 76-96.
- Avianti, R.A., dan G. Margono. 2008. Estimasi reliabilitas konsistensi internal skala sikap diferensial semantik terhadap kalkulus dengan menggunakan analisis faktor. *Seminar Nasional Tahunan Teknik Mesin* 4(7) : 1-7.
- Awifa, M., J.M.M. Aji, dan A. Supriono. 2016. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk tahu di Kabupaten Jember. *Jurnal Pamator* 9(2) : 30-40.
- Badan Ketahanan Pangan Kementrian Pertanian. 2019. Direktori Perkembangan Konsumsi Pangan. <<http://bkp.pertanian.go.id/storage/app/media/PPID%202019/PRINT%20DIREKTORI%20KONSUMSI%20PANGAN%202019.pdf>>. Diakses 5 Juli 2021.
- Bahrn, S., S. Alifah, dan S. Mulyono. 2017. Rancang bangun sistem informasi survey pemasaran dan penjualan berbasis web. *TRANSISTOR Elektro Dan Informatika* 2(2) : 81-88.
- Cannon, J.P., W.D. Perreault, dan E.J. McCarthy. 2008. Pemasaran Dasar - Pendekatan Manajerial Global, Edisi 16. Salemba Empat, Jakarta.
- Denziana, A., Indrayenti, dan F. Fatah. 2014. Corporate financial performance effects of macro economic factors against stock return. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* 5(2) : 17-40.
- Durianto, D., Sugiyarto, dan T. Sitinjak. 2004. Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Engel, J.F., dan Gibson. 2000. Perilaku konsumen (Edisi Keenam Jilid 1). Binarupa Aksara, Jakarta.
- Firmansyah, M.A. 2019. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Qiara Media, Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, D.N. 2006. Ekonometrika Dasar. Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Gunawan, I. 2017. Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. Bumi Aksara, Jakarta.
- Haruna, M.S., M. Ansar, dan Bahrudin. 2017. Pengaruh berbagai jenis bokhasi terhadap pertumbuhan dan hasil bayam giti hijau. e-Jurnal Agrotekbis 5(2) : 167-172.
- Hatan, A., E.T. Astutiningsih, dan A.N. Milla. 2018. Preferensi konsumen bayam (*Amaranthus tricolor* L) di pasar tradisional dan pasar modern Kota Sukabumi. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Teknologi 12(2) : 15-20.
- Hulu, A. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pembelian Ulang Sayur-Sayuran (Studi Pada Pasar Induk Medan Tuntungan). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara. Skripsi.
- Indiastuti, R., F. Hastuti, dan Y. Azis. 2008. Analisis keberlanjutan pasar tradisional dalam iklim persaingan usaha yang dinamis di Kota Bandung. Jurnal Sosiohumaniora 10(2) : 17-38.
- Indriati, D., dan A. Widyatmoko. 2008. Pasar Tradisional. ALPRIN, Semarang.
- Kementrian Pertanian. 2008. Petunjuk Teknis Budidaya Bayam Merah. <<http://balitsa.litbang.pertanian.go.id/ind/images/Leaflet%20Baru/LB-009.pd>>. Diakses 8 Maret 2021.
- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., V. Wong, J. Saunders, dan G. Armstrong. 2005. Principles of Marketing, Fourth European Edition. Pearson Education Limited, England.
- Kurniawan, R., dan B. Yuniarto. 2016. Analisis Regresi Dasar dan Penerapan dengan R. Kencana, Jakarta.
- Nastata, E.A. 2014. Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan, Individu Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berbelanja Di Pasar Tradisional Peterongan Semarang. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro. Skripsi.
- Nasution, N.A.J. 2019. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal Di Pasar Tradisional Kota Pekanbaru (Kasus Pasar Cik Puan). Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau. Skripsi.
- Nawari. 2010. Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Nuraini, R.A., dan H. Kurnianingsih. 2021. Marketing mix effect on purchase decision of traditional jamu sabdo palon. Jurnal Mantik 4(4) : 2478-2485.
- Nurdany, A. 2012. Analisis pengaruh rasio keuangan rentabilitas terhadap pendapatan margin murabahah bank syariah. KHAZANAH 5(2) : 13-24.
- Payadnya, I.P.A.A., dan I.G.A.N.T. Jayantika. 2018. Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS. Deepublish, Sleman.

- Pratiwi, A. 2016. Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi.
- Priangani, A. 2013. Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persaingan global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4) : 1-9.
- Prihatminingtyas, B., dan P.B. Setyowati. 2018. Analysis of marketing mix on customer satisfaction in traditional market. *ICoSTES* 1(1) : 1-6.
- Pujarini, F. 2019. Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Journal of Accounting & Management Innovation* 3(2) : 91-105.
- Purnomo, R.A. 2017. Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS. UNMUH Ponorogo Press, Ponorogo.
- Puspita, C.M., dan A. Budiatmo. 2020. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (Studi pada rocket chicken wolter monginsidi di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis* 9(2) : 268-275.
- Sangadji, E. M., dan Supiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. CV Andi, Yogyakarta.
- Saodah, D.S., dan R. Malia. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran di pasar tradisional (studi kasus Pasar Muka Cianjur). *Journal Agrosience*, 7(1) : 178-193.
- Sasanto, R., dan M. Yusuf. 2010. Identifikasi karakteristik pasar tradisional di wilayah Jakarta Selatan (studi kasus : pasar cipulir, pasar kebayoran lama, pasar bata putih, dan pasar santa). *Jurnal PLANESA* 1(1) : 1-7.
- Siagian, D. dan Sugiaro. 2000. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Siregar, S. 2011. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Rajawali Press, Jakarta.
- Sugiyono. 2006. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, D. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. CAPS, Yogyakarta.
- Suryani, Y. 2015. Teori lokasi dalam penentuan pembangunan lokasi pasar tradisional (telaah studi literatur). *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi-2* 2(2) : 152-163.

- Susanto, A. 2011. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Baru Dan Pasar Sayur Magetan. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret. Skripsi.
- Tjiptono, F., dan G. Chandra. 2007. Service, Quality, Satisfaction. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Trihaksami, A.M. 2018. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk beras lokal di pasar tradisional Kecamatan Penajam Kabupaten Penajam Paser Utara. *Magrobis Journal*, 8(1) : 1-10.
- Tumbel, A.L., dan P.V. Rate. 2015. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional (studi pada pasar tradisional di Kota Manado). *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 2(2) : 60-72.
- Uyanik, G.K., dan N. Guler. 2013. A study on multiple linear regression analysis. *Procedia-Social and Behavioral Science*, 106 : 234-240.
- Widodo, P.B. 2006. Reliabilitas dan validitas konstruk skala konsep diri untuk mahasiswa Indonesia. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro* 3(1) : 1-9.
- Widyasari, A.P. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Preferensi Konsumen Sembako Pada Pasar Modern Dan Tradisional Di Kota Serang. Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada. Skripsi.
- Yasmin, T.R., W.D. Prastiwi, dan M. Handayani. 2017. Analisis konjoin preferensi konsumen sayuran hidroponik Agrofarm Bandungan, Kabupaten Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian* 1(1) : 85-93.