

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhiansyah, A. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen di Abraham and Smith. *Repository Universitas Pendidikan Indonesia*. <http://repository.upi.edu>
- Afrilia, A. (2020). Aplikasi analisis hirarki proses pada model internal rating credit line bagi bank syariah. *Khazanah Sosial*, 2(2). <https://doi.org/10.15575/ks.v2i2.8890>
- Anindhita, I., Trinugraha, Y. H., & Artikel Abstrak, I. (2023). Preferensi konsumen pasar tradisional di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4414>
- Anjani, H. D., & Waluyati, L. R. (2018). Relationship of 7P marketing mix and consumers' loyalty in traditional markets: Hubungan penerapan bauran pemasaran 7P dan loyalitas konsumen di pasar tradisional. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261–273. <https://doi.org/10.22146/ae.36400>
- Anjani, H. D., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2019). Relationship of 7P marketing mix and consumers' loyalty in traditional markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261. <https://doi.org/10.22146/ae.36400>
- Badan Pusat Statistik. (2024, Juni 19). *Jumlah Pasar di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjAyIzE=/jumlah-pasar-di-provinsi-daerah-istimewa-yogyakarta-2020-2024.html>
- Berita Negara Republik Indonesia. (n.d.). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2020 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Tahun*

*Anggaran 2020 Bidang Pasar Menu Kegiatan Revitalisasi Pasar Rakyat.* <https://www.peraturan.go.id>

Browning, G., & Halcli, A. (2000). *Understanding contemporary society: Theories of the present.* London ; SAGE.

Fauzi, H. M., Fitriyah, N. S., & Fariyah, S. (2023). Dampak kebijakan revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang (Studi deskriptif pada Pasar Kapongan Kabupaten Situbondo). *ACTON: Jurnal Ilmiah*, 19(1), 1–9.  
<https://doi.org/10.36841/acton.v19i1.2965>

Halim, I. (2022, Juni 1). *Marketing Mix (Bauran Pemasaran).*  
<https://doi.org/10.31219/osf.io/qysa6>

Hasanudin, U. (2018, Februari 06). Kalau Pasar Demangan direvitalisasi, pedagang harus libur sementara. *Harian Jogja.*  
<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2018/02/06/510/891930/kalau-pasar-demangan-direvitalisasi-pedagang-harus-libur-sementara>

Hutahaean, E. S. H., & Anggita, T. (2023). *Metode penelitian kuantitatif untuk mahasiswa psikologi.* PT. Pena Persada Kerta Utama.

Janati, C. D. (2020, Oktober 19). Tata kawasan Pasar Demangan. *Harian Jogja.*  
<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2020/10/19/510/1052898/disperindag-kota-jogja-tata-kawasan-pasar-demangan>

Kartikasari, R. D., Irham, I., & Mulyo, J. H. (2019). Level of customer satisfaction towards marketing mix in Indonesian traditional market. *Agro Ekonomi*, 29(2), 218. <https://doi.org/10.22146/ae.35888>

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (n.d.). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2021 tentang*

*Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan.*

<https://www.peraturan.go.id>

Kusuma, A. (2024, Juli 24). Revitalisasi Pasar Pagi bikin sepi pembeli, pedagang pusing cari solusi!. Balikpapan TV.

<https://www.balikipapantv.id/sosial-ekonomi/2394899240/revitalisasi-pasar-pagi-bikin-sepi-pembeli-pedagang-pusing-cari-solusi>

Lee, M., & Park, C. (2023). Examining consumer motivations for play-to-earn gaming: Application of analytic hierarchy process analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 15(18).

<https://doi.org/10.3390/su151813311>

Lanipi, Y., Tumbuan, W. J. F. A., & Palandeng, I. D. (2017). Analisis pengaruh faktor-faktor psikologis terhadap keputusan pembelian produk di pasar tradisional (Studi kasus pada konsumen Pasar Pinasungkulan Karombasan Manado). *Jurnal EMBA*, 5(2), 2367–2374.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/1663/5/16136>

Lestiani, M. E. (2011). Faktor-faktor dominan promosi yang mempengaruhi motivasi konsumen dalam membeli suatu produk dengan menggunakan metode AHP. *INDEPT: Jurnal Ilmiah Fakultas Teknik Universitas Nurtanio Bandung*, 1(1), 15–22.

Malano, H. (2011). *Selamatkan pasar tradisional: Potret ekonomi rakyat kecil*. Gramedia Pustaka Utama.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>.

- Masyhuri, M., & Utomo, S. W. (2017, April). Analisis dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional Sleko di Kota Madiun. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 6(1), 59–72.
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2).
- Mulyan, A., & Muzakkir, A. (2021). Motivasi konsumen membeli pakaian bekas di pasar loak Karang Sukun Kelurahan Mataram Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 5(3). <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i3.2114>
- Purwanti, N. I., Khoerunnisa, R., Prasetyanto, A. E., Rizki, F., & others. (n.d.). Mengkaji perbandingan pola perilaku konsumen di pasar modern (retail) dan di pasar tradisional. <https://media.neliti.com/media/publications/170590-ID-mengkaji-perbandingan-pola-perilaku-kons.pdf>
- Ratri, Z. (2024, Mei 16). Jejak Transformasi Pasar Tradisional. Kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/05/16/jejak-transformasi-pasar-tradisional>
- Rezeki, S., Djaelani, A. K., & Athia, I. (2023). Pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan berbelanja di pasar tradisional (Studi pada konsumen pasar tradisional Dinoyo Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(2). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/21067>

- Sa'adah, N. H. (2022). Perbedaan gender dalam memilih lembaga pendidikan ditinjau dari teori pilihan rasional James S. Coleman. *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, 17(2).  
<https://doi.org/10.24090/yinyang.v17i2.6677>
- Selang, C. A., & Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 1(1), 71–80.
- Silitonga, T. S., & Mulyadi, A. W. E. (2021). Analisis dampak ekonomi implementasi kebijakan revitalisasi pasar tradisional (Studi kasus pada revitalisasi Pasar Tanggul Surakarta). *Jurnal Mahasiswa Wacana Publik*, 1(2).  
<https://jurnal.uns.ac.id/wacana-publik/article/view/54603>.
- Soetomo. (2011, Juli). Efektivitas kebijakan sosial dalam pemecahan masalah sosial. *Jurnal Sosiohumaniora*, 15(1), 15-28.  
<https://doi.org/10.22146/jsp.10922>
- Suharto, E. (2008). *Kebijakan sosial sebagai kebijakan publik*. Alfabeta.
- Sulistiyowati, E. (2013). Motivasi dan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk industri kerajinan kulit di Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 2(2).  
<https://doi.org/10.30588/jmp.v2i2.273>
- Wirawan, I. B. (2013). *Teori-teori sosial dalam tiga paradigma: Fakta sosial, definisi sosial, dan perilaku sosial* (Ed. 1; Cet. 2). Kencana.

Wisnuwardhani, P., Lestari, D. A. H., Santoso, H., & Pertanian, F. (2015).

Motivasi konsumen membeli kubis segar di Pasar Pasir Gintung Bandar Lampung (Motivation of consumer in buying fresh cabbage at Pasar Pasir Gintung in Bandar Lampung). *JIIA*, 3(2).

Yuliasuti, N. (2018, Januari 19). Pedagang Pasar Demangan Yogyakarta minta penataan. *ANTARA News Yogyakarta*.

<https://jogja.antaranews.com/berita/352132/pedagang-pasar-demangan-yogyakarta-minta-penataan>

Zuhriya, A. (2019). Analisis motivasi konsumen dalam memilih tempat belanja.

*Peninggalan Sejarah*, 1(1).