

DAFTAR PUSTAKA

- Agic, E., M. Cinjarevic, E. Kurtovic, and M. Cicic. 2016. "Strategic Marketing Patterns and Performance Implications." *European Journal of Marketing* 50 (12): 2216–48. doi:10.1108/EJM-08-2015-0589.
- Anggraeni, D. A.. 2011. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran ("7P") pada Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Apartemen Fountain Park Jakarta. Tesis. Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Asra, A., P.B. Irawan, dan A. Purwoto. 2015. Metode Penelitian Survei. Penerbit In Media. Bogor.
- Asri, M. 1986. *Marketing*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi (BPFE) Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Assauri, S. 1987. Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Rajawali Press. Jakarta.
- Barnes, J. G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management* (Rahasia Manajemen Hubungan Konsumen. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Buchori, A. 2015. Menyoal Revitalisasi Pasar Tradisional. <www.antaraneews.com>. Diunduh pada 15 November 2017.
- Burhani, R. 2016. Kemendes Bangun 200 Pasar Desa Kawasan. <<https://www.antaraneews.com/berita/567169/kemendes-bangun-200-pasar-desa-kawasan>>. Diunduh pada 15 November 2017.
- Buttle, F. 2007. *Customer Relationship Management* (Manajemen Hubungan Konsumen) *Concept and Tools*. Elsevier Ltd. Diterjemahkan oleh Bayu Media Publishing
- Chi, C. G. dan D. Gursoy. 2009. *Employee Satisfaction, Customer Satisfaction, and Financial Performance : An Empirical Examination. International Journal of Hospitality Management*. Volume 28. Page 245-253.
- Darmawan, Deni. 2010. Analisis Pemasaran Pasar Tradisional: Studi Kelayakan rencana pembangunan pasar tradisional di Pontianak Timur. Staf Pengajar Fisip. Universitas Tanjungpura. <www.repository.untan.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=128&bid=128>. Diakses tanggal 30 Mei 2018.
- Devi, Z. M. . 2015. Bangun Pasar Tradisional untuk Perkuat Ekonomi Nasional. <<http://marketees.com>> Diakses Pada 15 November 2017.
- El-Adly, M. I. and R. Eid. (2016). *An empirical study of the relationship between shopping environment, customer perceived value, satisfaction, and loyalty in the UAE malls context. Journal of Retailing and Consumer Services* Volume 31. Page 217-227.

- Engel, J.F., R.D. Blackwell, dan P.W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1 Edisi keenam. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Faiz, S.M., H. Rizvi, and P. Pandey. 2016. *Brilliant Marketing Tactics of FMCG Merchandise in Rural Sector*. *mEPRA International Journal of Economic and Business Review* 618 (January): 59–64.
- Gao, Yuhui. 2010. *Measuring Marketing Performance: A Review and a Framework*. *The Marketing Review* 10 (1): 25–40. doi:10.1362/146934710X488924.
- Ghozali, I. dan H. Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gosavi, Y. M., Vishal, and B. Samudre. 2016. “*Rural Marketing – Opportunities & Challenges*” 18 (8): 59–64. doi:10.9790/487X-1808015964.
- Gujarati, D. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Alih Bahasa Sumarno Zain. Erlangga. Jakarta.
- Harrington, R. J., M. C. Ottenbacher, and S. Fauser. 2017. “*QSR Brand Value*.” *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29 (1): 551–70. doi:10.1108/IJCHM-06-2015-0300.
- Hardum, S. E. 2016. *Kemkop dan UKM akan revitalisasi 85 pasar tradisional*. <<http://www.beritasatu.com>>. Diakses pada 15 November 2017.
- Haryono, S. 2016. *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS*. PT Intermedia Personalia Utama. Bekasi.
- Hayes, A. F. dan K. J. Preacher. 2010. *Quantifying and Testing Indirect Effects in Simple Mediation Models when the Constituent Paths Are Nonlinear*. *Multivariate Behaviour Research*. 45(4). Page 627-660.
- Huda, L. 2017. 2017, *Kemenkop dan UKM Akan Revitaliasi 51 Pasar Rakyat*. <<https://bisnis.tempo.co/read/837040/2017-kemenkop-dan-ukm-akan-revitaliasi-51-pasar-rakyat>>. Diakses tanggal 16 November 2017.
- Humas Kementerian Koperasi dan UKM. 2016. *Jadi Tumpuan Ekonomi, Menkop Minta Pemda Perbanyak Pasar Tradisional* <<http://www.depkop.go.id>>. Diunduh pada 16 November 2017.
- Humas Kementerian Koperasi dan UKM. 2017. *Kemenkop Akan Revitalisasi 51 Pasar Rakyat Pada 2017*. <<http://www.depkop.go.id>> Diakses Tanggal 16 November 2017.
- Kasiri, L.A., K.T.G. Cheng, M. Sambasivan, and S.Md. Siddin. 2017. *Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Volume 35. Page 91-97. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.11.007>
- Kementerian Perdagangan. 2015. *Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*. *Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri* April: 2–85.

- Khan, M, (2014), *The Concept of "Marketing Mix" and its Elements (A Conceptual Review Paper)*, *International Journal of Information, Business and Management*, 6(2), 95–107, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/17506200710779521>
- Kock, N. 2011. *Using WarpPLS in E-collaboration Studies :Descriptive Statistics, Settings, and Key Analysis Results*. *International Journal of e-Collaboration*. 6 (4). 1-11.
- Kotler, P. 1991a. *Marketing Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. 1991b. *Marketing Jilid 2*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi V jilid 1. CV. Intermedia Jakarta dan Simon & Schuster (Asia) Ptc.Ltd. Singapore.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi VI jilid 2. CV. Intermedia Jakarta dan Simon & Schuster (Asia) Ptc.Ltd. Singapore.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Kukanja, M., Omerzel, D, G., & Kodrič, B, (2016), *Ensuring restaurant quality and guests' loyalty: an integrative model based on marketing (7P) approach*, *Total Quality Management & Business Excellence*, 1–17, <https://doi.org/10.1080/14783363.2016.1150172>
- Kumar, P. 2016. *Rural marketing in India: trends and prospects*. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)* 2 (June): 2–6.
- Kushwaha, G. S. dan S. R. Agrawal. 2015. *An indian customer surrounding 7p's of service marketing*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Volume 22. Page 85-95.
- Lamberti, L. and G. Noci. 2010. "Marketing Strategy and Marketing Performance Measurement System : Exploring the Relationship." *European Management Journal* 28 (2). Elsevier Ltd: 139–52. doi:10.1016/j.emj.2009.04.007.
- Lee, S. 2017. *A Study on Traditional Market Decline and Revitalization in Korea: Improving the Iksan Jungang Traditional Market*. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*. Page : 455-462.
- Lestanto, Y. 2013. *Pengaruh Atribut Pasar Swalayan pada Persepsi Kualitas, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen Beberapa Pasar Swalayan di Jakarta*. Tesis. Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Mahendraswari, R. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Bebek Gendut di Kota Bogor*. Tesis. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Malano, H. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional : Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Marques, A., D.P. Lacerda, L. F. R. Camargo, and R. Teixeira. 2014. *Exploring the Relationship between Marketing and Operations: Neural Network Analysis of Marketing Decision Impacts on Delivery Performance. International Journal of Production Economics* 153. Elsevier: 178–90. doi:10.1016/j.ijpe.2014.02.020.
- Maulana, F. dan Saino. 2015. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pasar Tradisional (Studi pada Pasar Progo, Desa Tropodo, Waru-Sidoarjo). Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya.
- Merrilees, B., S. Rundle-Thiele, and A. Lye. 2011. *Industrial Marketing Management Marketing Capabilities: Antecedents and Implications for B2B SME Performance. Industrial Marketing Management* 40 (3). Elsevier Inc.: 368–75. doi:10.1016/j.indmarman. 2010.08.005.
- Miftahudin, H. 2016. Kemendag siapkan Rp17 triliun untuk bangun 1000 pasar-rakyat <www.kemendag.go.id> diunduh tanggal 15 November 2017
- Narimawati, U. dan J. Sarwono. 2007. *Struktural Equation Model (SEM) dalam Riset Ekonomi: Menggunakan LISREL*. Penerbit Ghava Media. Yogyakarta.
- Nawawi, H.H. dan Martini H.M. 1994. Penelitian Terapan. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Nielsen, A.C. 2015. *Maximising Traditions: The Shop, Shopper dan Shopkeeper*. The Nielsen Company.
- Nindyarani, A. K. 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Pengolahan Hasil Pertanian di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tesis. Program Pascasarjana Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Nurafni, A. Rahman, dan Hidayat. 2015. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen pada Swalayan SMART Pasir Pengaraian. Universitas Pasir Pangairan.
- Nurgiyantoro, B., Gunawan, dan Marzuki. 2015. Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu Sosial Edisi Revisi. 2015. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Orel, F. D. and A. Kara. 2014. *Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction, and loyalty: Empirical Evidence from an emerging market. Journal of Retailing and Consumer Services*. Volume 21. Page 118-129. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.07.002>.
- Picon-Berjoyo, A., C. Ruiz-Moreno, and I. Castro. 2016. *A mediating and multigroup analysis of customer loyalty. European Management Journal*. Volume 34. Page 701-713. <http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2016.07.006> 0263-2373
- Pramono, A.H., A. Santoso, dan P. Indroyono. 2011. Menahan Serbuan Pasar Modern : Strategi Perlindungan dan Pengembangan Pasar Tradisional.

- Purcell, W. D. 1995. *Marketing agricultural commodities : marketing and price risk management in agricultural commodities*. Deere & Co.
- Putra, D. E. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Agro dan Resto Lembah Ngosit, Sleman Yogyakarta. Tesis. Magister Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada.
- Rathee, S., and J. Kumar. 2013. *Rural marketing environment: a conceptual framework*. *Asia Pasific Journal of Marketing & Management Review* 2 (9): 64–74.
- Sarjono, H. dan W. Julianita. 2011. SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Selang, C. A. D. 2013. Bauran pemasaran (*marketing mix*) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA* 71 Vol.1 No.3 , Hal. 71-80. ISSN 2303-1174
- Setiadi, N. J. 2003. Perilaku Konsumen Edisi Revisi. Prenadamedia. Jakarta.
- Sholihin, M. dan D. Ratmono. 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinear dalam Penelitian Sosial dan Bisnis. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Singarimbun, M. dan Effendi S. 2006. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Yogyakarta.
- Singh, P. 2015. "Marketing Mix Strategies for FMCG in Rural India A Competitive Player in FMCG." *Global Journal of Enterprise Information System*, 2–6.
- Sobel, M. 1982. *Asymptotic Confident Interval for Indirect Effects in Structural Equations Models*. *Sociological Methodology*. 13 : 290-312.
- Solimun, A.A.R. Fernandes, dan Nurjannah 2017. Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS. UB Press. Malang.
- Srivastava, M. and D. Kaul. 2016. *Exploring the link between customer experience–loyalty–consumer spend*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Volume 31. Page 277-286. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser>. 2016.04.009 0969-6989
- Sugiarto, D. Siagian, L.T. Sunaryanto, dan D. S. Oetomo. 2001. Teknik Sampling. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 1999. Metode Penelitian Bisnis. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (*Mixed Methods*). Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sukartawi. 2002. Agribisnis Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.

- Sulistyo, D. 2017. Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Ketahanan Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Tradisional Cebongan Kabupaten Sleman). Tesis. Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Suryadarma, D., A. Poesoro, Akhmadi, S. Budiwati, M. Rosfadhila, dan A. Suryahadi. 2010. *Traditional food traders in developing countries and competition from supermarkets: Evidence from Indonesia*. *Food policy* 35 page 79-86. doi:10.1016/j.foodpol.2009.11.002
- Sutrisno, A. 2011. Studi tentang Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen di Sagan Resto Yogyakarta. Tesis. Magister Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Susilowati, E. M. 2015. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pedagang kecil di Pasar Jongke Kelurahan Pajang Kecamatan Laweyan Surakarta. *Jurnal Ekonom, Bisnis & Perbankan* 1 (1).
- Swastha, B. 1987. *Manajemen Barang dalam Pemasaran*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi (BPFE). Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 1996. *Strategi Bisnis dan Manajemen*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wijayanto, S.H. 2008. *Konsep dan Tutorial Structural Equation Model*. Graha Ilmu. Jakarta.
- Winata, A. Y. S. 2010. Mengukur kinerja pemasaran: kajian konseptual dan perkembangan teori. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* 10 (September): 119–35.
- World Bank and Trade Departemen of Republik Indonesia. 2007. *Survey of Consumers Shopping Behavior and Perceptions toward Modern and Traditional Trade Channels*. Jakarta. Indonesia.
- Yarimoglu, E. K. 2014. *A review on dimensions of service quality models*, *Journal of Marketing Management*, 2(2), 73–93.