

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S., Wijayanti, C. W., Akbar, M. N. R., Minka, N. A., Muallimah, I. K., & Amalia, S. (2024). *Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Sukorejo Kec . Sukorejo Blitar Visitor Interest In Sukorejo Traditional Market Kec . Sukorejo Blitar Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar , Fakultas Ilmu Sosial dan Pendidikan , Universitas Nahdlatul Ulama Blit.* 2(1).
- Angkasawati, & Devi Milasari. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. *Publiciana*, 14(1), 169–187. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v14i1.296>
- Apriyani, F., & Maya, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Indragiri*, 1(3), 152–159. <https://doi.org/10.61069/juri.v1i3.19>
- Arimbawa, I. G. N. A. A., & Marhaeni, A. A. I. N. (2013). Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur. *Piramida*, XIII(1), 18–26.
- Ayatullah, M. W., & Loti, K. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Ternak Ayam Petelur Dengan Metode Soar di Kecamatan Mantoh. *Babasal Journal of Industrial Engineering*, 1, 10–18.
- Ceminta wawan. (2023). Konsep Perancangan Pasar Wae Kesambi Sebagai Pasar Tradisional Modern. *Jurnal Anala*, 11(1), 9–18. <https://doi.org/10.46650/anala.11.1.1398.9-18>
- Dalimunte, Masdewati, Ritonga. (2024). Efektivitas Dinas Kebersihan Pasar Dalam Menjaga Kebersihan Di Kota Padangsidempuan 1. 2(April), 133–150.
- Damayanti, D., Yudiantara, R., & Anâ€™tmars, M. G. (2022). Sistem Penilaian Rapor Peserta Didik Berbasis Web Secara Multiuser. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(4), 447–453. <https://doi.org/10.33365/jatika.v2i4.1512>
- Dea, R. I. (2023). Pengaruh Faktor Modal Usaha, Lokasi Usaha Dan Jumlah Variasi Barang Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional (Studi

- Kasus Pedagang Di Pasar Wage Purwokerto). 1–23.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kusioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. SEMNASKEP.
- Ekomadyo, A. S. (2021). *Social Sustainability in Traditional Market (Case Study : Legi Market , Surakarta). January.*
- Fazli, R. N., Amri, A., & Apridar, A. (2022). Determinan Preferensi Masyarakat Dalam Berbelanja Ke Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ...*, 7(3), 209–220. <https://jim.usk.ac.id/EKP/article/view/23627%0Ahttps://jim.usk.ac.id/EKP/article/download/23627/11026>
- Fithoni, A., & Fadillah, N. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pasar Keramat Tinggi Muara Bulian). *Jurnal Citra Ekonomi*, 1(2), 39–55.
- Hamid, A. M. (2022). Revitalisasi pasar tradisional dalam sudut pandang ekonomi islam. *ADILLA : Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 51–68.
- Handoko, S., Fauziah, F., & Handayani, E. T. E. (2020). Implementasi Data Mining Untuk Menentukan Tingkat Penjualan Paket Data Telkomsel Menggunakan Metode K-Means *Clustering*. *Jurnal Ilmiah Teknologi Dan Rekayasa*, 25(1), 76–88. <https://doi.org/10.35760/Tr.2020.V25i1.2677>
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi *Analysis Of Air Temperature Measurements Using The Observational Method*. *ABDIMAS:Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8–15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Herbert A.Tambunan, & Jimmi Hendrik Pangihutan Sitorus. (2023). Sistem Rekomendasi *Collaborative Filtering* sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Di Pasar Tradisional. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J- SAKTI)*, 7(2), 1040–1054.

- Hidayat, W., Widiartanto, W., Prihartini, A. E., & Dewi, R. S. (2018). Model Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Pada Perilaku Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 108. <https://doi.org/10.14710/Jab.V7i2.22696>
- Hikmah, I. R., & Yasa, R. N. (2022). Perbandingan Hasil Prediksi Diagnosis pada Indian Liver Patient Dataset (ILPD) dengan Teknik Supervised Learning Menggunakan Software Orange. *Jurnal Telematika*, 16(2), 69–76. <https://doi.org/10.61769/telematika.v16i2.402>
- Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020). *Sustainable Marketing Activities Of Traditional Fashion Market And Brand Loyalty*. *Journal Of Business Research*, 120(August 2019), 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.019>
- Kim, W., Kim, H., & Hwang, J. (2020). *Sustainable Growth For The Self-Employed In The Retail Industry Based On Customer Equity, Customer Satisfaction, And Loyalty*. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, 53(September 2019), 101963. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101963>
- Koloy, A. M. K., Benu, N. M., Pangemanan, P. A., Pascasarjana, P., Sam, U., & Manado, R. (2024). Strategi pengembangan pasar sapi / blante Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. *Zootec*, 44(1), 19–29. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/zootek/article/view/52831%0Ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/zootek/article/download/52831/45171>
- Kurniawan, E., Nurchim, N., & Maulindar, J. (2021). Aplikasi E-Pasar Menggunakan Pendekatan Rapid Application Development (RAD) Di Pasar Ir. Soekarno Sukoharjo. *DutaCom*, 14(2), 66–72. <https://doi.org/10.47701/dutacom.v14i2.2019>
- Lestari, N. P., & Widodo, S. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Manukan Kulon Surabaya. *Economie*, 3(1), 8–19.
- Lubis, F. A., & Tambunan, K. (n.d.). *Al-Mutharahah*: 21(02). <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah>.

- Mamonto, Tumbuan, & Rogi. (2021). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Margareta, S., & Aji, F. M. P. (2022). Strategi Penerapan Standar Sanitasi dan Kesehatan Pasartradisional Rakyat Lebong sebagai Pasar Tanggap Pencegahan Penularan Penyakit. *Seminar Ilmiah Arsitektur*, 113–121. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/siar/article/view/983/959>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/Jps.V1i1.205>
- Maospati, K., Magetan, K., Artanti, Y., Witjaksono, A. D., & Hartono, U. (2025). *Pelatihan Start-Up Digital Melalui Digital Branding dan Desain Kemasan Visual Pada UKM di Pasar Tradisional Nilowati, Kelurahan*. 8(1), 29–40.
- Mokalu, T. M., Nayoan, H., & Sampe, S. (2021). Peran pemerintah dalam pemberdayaan pasar tradisional guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–11. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/governance/article/view/34847>
- Mufida. (2023). Strategi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Pasar Maron Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo.
- Muh Wahyudi Mokobombang. (2022). Peranan Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pengembangan Pasar Tradisional Di Kabupaten Gowa (Studi Kasus Pasar Rakyat Sungguminasa). *Journal Of Administrative And Social Science*, 3(1), 61–66. <https://doi.org/10.55606/Jass.V3i1.5>
- Muharam, H., Susilawati, W., & Sarofah, S. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Pada Pasar Guntur Ciawitali Garut. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 6(1), 85–94. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v6i1.1556>
- Nugraha, M. N., Rosni, M., & Luthfi. (2022). Hubungan Karakteristik Individu Anggota Dengan Pandangan Anggota Terhadap Dinamika Kelompok Pada

- Kelompok Tani Di Desa Karang Jawa Muka Kecamatan Padang Batung Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)*, 6(1), 37–46.
- Nuriyanti, W. (2017). Segmentasi Pasar Berdasarkan Demografi Dalam Memilih Sepeda Motor Matic Di Wilayah Depok. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 1(1), 48–57.
- Nurjanah, D. S., & Hadiani, D. (n.d.). PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX DALAM PASAR TRADISIONAL DI KOTA BANJAR. 54–65.
- Nuzil, N. R. (2024). Pengaruh Preferensi Konsumen , Digital Marketing , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Edelweiss Wonokitri , Pasuruan. 5(12), 4966–4980.
- Pangau, A. P. S., Massie, J. D. ., & Lintong, D. C. . (2022). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pedagang Dan Pengunjung Pada Pasar Rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 840. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.43074>
- Prasasti, Intan. Ameli; Sitohang, Hesekiel; Fauziah, S. (2022). Prosiding Seminar Nasional Manajemen. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 1(2), 72–76. 38+Amelia+Intan+Prasasti+Hal+723-726
- Prasetyo, A., Pertiwi, E. G., & Bagja, B. R. (2023). Perancangan Desain Ui/Ux Aplikasi *E-Commerce* Bahan Pangan Di Pasar Wage Purwokerto. *ASKARA: Jurnal Seni Dan Desain*, 2(1), 41–55. <https://doi.org/10.20895/Askara.V2i1.1075>
- Putra, S. (2020). Analisis Tows (Threats , Opportunity , Weakness , Strenghts) Terhadap Strategi Pemasaran Pada Cv .
- Quayson, M., Bai, C., & Osei, V. (2020). *Digital Inclusion For Resilient Post-COVID-19 Supply Chains: Smallholder Farmer Perspectives*. *IEEE Engineering Management Review*, 48(3), 104–110. <https://doi.org/10.1109/EMR.2020.3006259>
- Y., Sosial, P. D., Winata, D., & Srinaga, F. (2021). Revitalisasi, S., Tradisional, P., Berkelanjutan, *Prosiding Seminar Nasional Desain Sosial 2021*. 641–648.

- Riani, F., & Syafruddin, S. (2024). Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Seketeng Sumbawa Besar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 12(1), 83–96. <https://doi.org/10.58406/jeb.v12i1.1557>
- Rizka Zahra, A., & Aslami, N. (2021). Analisis Perilaku Konsumen Asuransi. *VISA: Journal Of Visions And Ideas*, 1(1), 46–53.
- Robert, B., & Brown, E. B. (2024). Teori Dan Praktik Pendekatan (Issue 1).
- Rosiana, M. (2023). Strategi Meningkatkan Keputusan Pembelian Generasi Milenial pada Pasar Tradisional. *Ekobis*, 24(2), 117–126.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Setyawati, E., & Achsa, A. (2021). Strategi Peningkatan Omset Penjualan Pedagang Pakaian Melalui *Marketing Mix* Studi Pada Pasar Muntilan, Kabupaten Magelang. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 55–67. <https://doi.org/10.51903/E-Bisnis.V14i1.344>
- Shofwan, M. (2020). Dampak Relokasi Terhadap Keberlanjutan Pasar Bobou Bajawa. *Jurnal Plano Buana*, 1(1), 35–38. <https://doi.org/10.36456/Jpb.V1i1.2666>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sulistiyawati, A., & Supriyanto, E. (2021). Implementasi Algoritma K-Means Clustering Dalam Penentuan Siswa Kelas Unggulan. *Jurnal Tekno Kompak*, 15(2), 25. <https://doi.org/10.33365/Jtk.V15i2.1162>
- Sunbulatul, F. (2021). Etos Kerja Pedagang Etnis Tionghoa Di Pasar Wage Purwokerto. 88. <http://Repository.Iainpurwokerto.Ac.Id/Id/Eprint/9785>
- Sune, P. R., Canon, S., Prayu, R. B. (2024). Efektivitas Revitalisasi Pasar Sentral dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang di Kota Gorontalo. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*. 7(2), 592-612. <https://doi.org/10.20527/jiep.v7i2.592>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal*

IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam, 1(2), 24–36.

<https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.55>

- Sutrisnawati, N. K., A.A.A Ribeka Martha Purwahita, I Ketut Saskara, A.A. Sagung Ayu Srikandi Putri, & Putu Bagus Wisnu Wardhana. (2021). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kota Denpasar Bali: Study Kasus Pasar Kumbasari. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 37–46. <https://doi.org/10.53356/Diparojs.V2i1.45>
- Utari, R., Soesilo, T. E. B., & Agustina, H. (2021). *Traditional Market Sustainability In The Perspective Of Market Managers: A Study At The Slipi Market Jakarta*. *IOP Conference Series: Earth And Environmental Science*, 716(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/716/1/012119>
- Wahyudi, R., & Tradisional, P. P. (2019). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam. 21(01), 37–52.
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk Di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, 1(1), 232–243. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8005>
- Wang, H., Ko, E., Woodside, A., & Yu, J. (2021). *SNS Marketing Activities As A Sustainable Competitive Advantage And Traditional Market Equity*. *Journal Of Business Research*, 130(August 2019), 378–383. <https://doi.org/10.1016/J.Jbusres.2020.06.005>
- Wardani, A. A. K., & Istiyanto, B. (2022). Peran *Brand Ambassador*, *Brand Image*, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Edunomika*, 06(01), 551–557.
- Wigiyanti, W., & Kakiay, A. N. (2022). Daya Tarik Pasar Tradisional terhadap Konsumen. *Literatus*, 4(2), 723–729. <https://doi.org/10.37010/lit.v4i2.876>
- Yudha, E. P., Deviawati, Maulani, N. F., & Shidiq, M. J. (2021). Perilaku Konsumen Pasar Tradisional Dan Ritel Modern Selama Pandemi Di Kabupaten Garut. *Jurnal Ekobisstek*, 11(4), 7–14. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.V11i2.1>
- Zulfickar, R., Machmud, A., & Sobandi, A. (2020). Strategi Kewirausahaan Terhadap *Business Performance* Dimediasi Kemampuan Kreativitas Dan Inovasi Pada Usaha Garmen Di Pasar Tradisional Bandung. *Edunomic*

Jurnal Pendidikan Ekonomi, 8(2), 86.

<https://doi.org/10.33603/Ejpe.V8i2.3475>