

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni & Ekhsan, (2021) Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust*. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 4(1), 377–386.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar)*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Aminudin, T. R. (2022). *Strategi keunggulan bersaing pada format ritel tradisional: Studi pada UD Surya Mas Kabupaten Trenggalek*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/40979%0Ahttp://etheses.uin-malang.ac.id/40979/1/15510085.pdf>
- Ashari, M. (2023). *Dampak Keberadaan Ritel Modern Terhadap Ritel Tradisional Di Kota Padangsidempuan Skripsi*. Tugas Akhir, 13–22.
- Anzilimah. (2020). “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Indomaret*.” Universitas Islam Kalimantan 4:16660–68.
- Haque-Fawsi Marissa Grace Dkk, (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Banten: Pascal Books.
- Hardani Dkk, (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hariono Eko Dkk, (2024). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (Prci).
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing Dan Kasus – Kasus Pilihan* . CAPS. Yogyakarta.
- Indrasari Meithiana, (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press.
- Kumalasari, N. R., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). Skripsi Nindi Retno.
- Kotler, Philp dan Gar Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Molan, Benyamin. (2011). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Nembah F dan Hartimbul G. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrma Widya.
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2008). Permendag Nomor 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. https://jdih.kemendag.go.id/backendx/image/regulasi/31160516_Permendag_Nomor__53_Tahun_2008.pdf, diakses pada tanggal 18 November 2024.
- Magister, Program. (2023). "*Strategi Bersaing Pasar Tradisional Di Era Digital (Studi Pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk)*" TESIS Oleh: Nur Lailul Rahmania Nim 501210023." Tesis.
- Nuryadi Dkk, K., Pelanggan, L., & Pt, P. (2022). *Analisis strategi pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada pt. indomarco prismatama*. 01.
- Nathadiharja Sri Sukartono Dkk, (2024). *Strategi Pemasaran*, Padang: Gita Lentera.
- Peraturan Presiden RI No. 112 (2007) Peraturan Presiden RI No. 112. 2007. "Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern." Peraturan Presiden Republik Indonesia (1):22. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/42157/perpres-no-112-tahun-2007>, diakses pada tanggal 25 November 2024.
- Qomariah Nurul, (2020). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung*, Jember: Pustaka Abadi.
- Risnawati Dkk, (2023). *Manajemen Ritel*, Pasaman Barat: Azka Pustaka.
- Riswanto Ari Dkk, (2024). *Strategi Management Konsep, Teori Dan Implementasi*, Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahman Dkk. 2022. *Metode Pengumpulan Data Sekunder*.
- Raharto, E., Supriyanto, & Dienillah, I. (2023). *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Basmalah Di Kabupaten Jember*. Esa, 5(2), 20–34. <https://doi.org/10.58293/esa.v5i2.70>

- Ratna, Kurniaty, dan Apria Santy. 2024. “*Strategi Pemasaran Indomaret dalam Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Indomaret Perum Maesa Unima) Jenie.*” (*Education and Social Science Journal*) 1(3):2024.
- Raiyan Rahmad, (2023). *Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern Bagi Umkm Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). *Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri*. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>