

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, F., Widodo, S., & Pramono, R. (2023). Analisis Pola Komunikasi Pedagang Pasar Tradisional di Era Digital: Studi Komparatif Antar Wilayah di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 15(2), 87-102.
- Buchory, H. A. (2022). *Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Effendy, O. U. (2020). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fitriana, R., Suharto, E., & Wibowo, H. (2022). Strategi Pemberdayaan Pedagang Tradisional di Era Digital. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 5(2), 78-92.
- Ginting, R. (2019). *Komunikasi Efektif Dalam Era Digital*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handayani, S., & Suryanto. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kredibilitas Komunika Dalam Komunikasi Persuasif. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(1), 23-40.
- Harapan, E., & Ahmad, S. (2018). *Komunikasi Antarpribadi: Perilaku Insani Dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Hasan. (2020). *Gaya Komunikasi Da'i Pada Majelis Taklim Nurut Taqwa Paropo Makassar*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Hermawan, A. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran di Era Digital*. Jakarta; Salemba Empat.
- Iriantara, Y. (2021). *Komunikasi Pembelajaran: Interaksi, Komunikatif dan Edukatif Dalam Kelas*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2020). *Organizational Behavior* (13th ed.). London: McGraw-Hill Education.

- Kusniadji, S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran produk Consumer Goods. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83-98.
- Kusuma, A., & Ayuningtyas, F. (2020). Peran Pasar Tradisional Dalam Pelestarian Budaya Kuliner Lokal. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 15(2), 78-92.
- Liliweri, A. (2020). *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Kencana.
- Muftiadi, A., & Maulina, E. (2021). Pasar Tradisional Sebagai Ruang Interaksi Sosial-Budaya Masyarakat Urban. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 42(1), 45-50
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A. (2021). *Membangun Kredibilitas Komunikator di Era Media Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nugroho, B. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Pasar Ikan Tradisional di Era Digital. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, 17(3), 201-215.
- Nugroho, A., & Susilowati, D. (2022). Tantangan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 30(1), 12-28.
- Nugroho, A. D., & Alamsyah, Z. (2020). Analisis Daya Tahan Pedagang Tradisional di Tengah Ekspansi Pasar Modern. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 28(2), 119-134.
- Nurhalimah, S., Suherman, A., & Suryadi, K. (2021). Peran Pasar Tradisional Dalam Perekonomian Masyarakat: Studi Kasus di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 22(2), 156-170.
- Pramudyo, A. (2020). Analisis Daya Saing Pedagang Tradisional di Era E-Commerce. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(1), 45-58.
- Prasetyo, B., Anwar, S., & Yulianto, E. (2020). Kontribusi Pasar Tradisional Terhadap Stabilitas Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(3), 210-225.

- Pratama, D. A., & Haryanto, T. (2023). Peran Pedagang Tradisional Dalam Menjaga Ketahanan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 24(1), 112-127.
- Pratiwi, R. N. (2021). *Inovasi Gaya Komunikasi Pemasaran Dalam Industri 4.0*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Priansa, D. J. (2023). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Raco, J. R. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Rahman, A. (2023). *Kredibilitas Komunikator dan Pengaruhnya Terhadap Efektivitas Komunikasi Massa*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, D. P., & Prasetyo, B. (2020). Pengaruh Kredibilitas Komunikator Terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(2), 45-58.
- Sari, E. P., & Putra, I. G. N. (2022). Strategi Komunikasi Pedagang Ikan Dalam Mempertahankan Pelanggan di Pasar Tradisional. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(1), 78-95.
- Sari, R. P., Wijaya, A., & Susilowati, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlangsungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(3), 237-250.
- Sayuti, A. (2021). *Analisis Gaya Komunikasi Presiden Joko Widodo Saat Berpidato Melalui Unggahan di Media Sosial Youtube*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, D. (2020). *Membangun Merek Melalui Komunikasi Pemasaran terpadu*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyo, A., & Cahyono, B. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(2), 145-160.

- Sumarwan, U. (2023). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Susanti, E. (2019). Eksistensi Pedagang Tradisional di Tengah Arus Modernisasi Ritel. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 13(2), 331-345.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, R. D., & Sitorus, B. (2021). Analisis Manajemen Rantai Pasok Pasar Modern di Indonesia: Studi Kasus Pada Jaringan Ritel Nasional. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 8(2), 145-160.
- Widodo, A., & Sutrisno, J. (2021). Tantangan dan Peluang Pedagang Tradisional Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 6(1), 15-28.
- Widodo, S., & Kusuma, R. (2022). *Kredibilitas Komunikator dan Dampaknya Terhadap Perubahan Sikap Audiens*. Bandung: ITB Press.
- Widodo, T. (2023). Inovasi Pengelolaan Pasar Tradisional: Studi Kasus di Kota Surabaya. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(1), 67-82.
- Yulianti, R. T. (2019). *Gaya Komunikasi Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Pedagang Liar di Pasar Keputran Utara Surabaya*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.