

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, I. Z. (2016). *Teori Dasar Permintaan, Penawaran dan Keseimbangan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi*.
- Ana Eka Prasetyanto, dan F. R. A. N. I. P. R. K. (2013). Mengkaji Perbandingan Pola Perilaku Konsumen Di Pasar Modern (Retail) Dan Di Pasar Tradisional. *Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasioanl Progam Kreativitas Mahasiswa-Penelitian 2013*, 1–7. <https://media.neliti.com/media/publications/170590-ID-mengkaji-perbandingan-pola-perilaku-kons.pdf>
- Ansari Harahap, D. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–240.
- Arianty, N. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional. *Manajemen & Bisnis*, 18–29.
- Ayuningsasi, A. A. K. (2010). *Analisis Persepsi Pedagang dan Pembeli Sebelum dan Sesudah Program Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Denpasar*. Buletin Studi Ekonomi.
- Dasipah, euis; haris budyono. (2010). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK SAYURAN DI PASAR MODERN KOTA BEKASI Oleh: Euis Dasipah, Haris Budyono, Meilan Juliaeni. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 1(2), 24–37.
- Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 2. https://scholar.google.com/scholar?q=related:2uQwPffimx4J:scholar.google.com/&scioq=analisis+data+menggunakan+smartPLS&hl=id&as_sdt=0,5
- Gunarto, M. (2018). *Analisis Statistika dengan Model Persamaan Struktural*.
- Hermayanti, A. W., & Ari Susantiaji. (2022). Analisis Pembelian Impulsif Di Pasar Modern Kota Tegal Pada Saat Pandemi Covid-19. *Monex*, 01. <https://ejournal.poltekharber.ac.id/index.php/monex/article/view/2946/1627>
- Ika Rochdjatun Sastrahidayat. (2011). *Tanaman Kentang dan Pengendalian Penyakitnya* (1st ed.).
- Irhamna Mandili Lubis. (2020). Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Sayuran Di Pasar Modern Kota Medan. *Ilmiah Saintek*, 04.

- Irwan, & Adam, K. (2015). METODE PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) DAN TERAPANNYA (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains UIn*, 53–68.
- Izza, N. (2010). *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional*.
- Janna, A. M., Antika, D. Y., & Bella, C. (2022). Fungsi Permintaan Dan Penawaran Matematika Bisnis. *Dunia Ilmu*, 2(1), 1–10.
- Jumiarti, Saroh, S., & Hardati, R. N. (2021). Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren. *Jurnal Jiagabi*, 10(1), 148–154.
- Kaol, W. A. (2017). Teori Permintaan dan Penawaran dalam Ekonomi Islam. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Kartikasari, R. D., Prasetyowati, K., & Suswadi. (2019). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Beras Organik Di Surakarta. *Ilmiah Agrineca*, 19. <http://ejournal.utp.ac.id/index.php/AFP/article/view/897/520520892>
- Kusumawardhani, D. A. (2011). *Studi Mengenai Keputusan Pembelian Jasa Wedding And Event Organizer*.
- Leo Alexander Tambunan. (2021). Analisis Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Sanitizer Di Masa Pandemi Covid-19. *Sistem Informasi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 19.
- Mansur, H., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). ATRIBUT PRODUK DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (studi pada Gorontalo Post). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 725–742. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.640>
- Manurung, P. R. dan M. (2019). *Pengantar Ilmu Ekonomi* (4th ed.). Salemba Empat.
- Marliana, R. R. (2020). Partial Least Square-Structural Equation Modeling Pada Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan. *Jurnal Matematika Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174–186. <https://doi.org/10.20956/jmsk.v>
- Masyhuri, M., & Utomo, S. W. (2017). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 6(1), 59. <https://doi.org/10.25273/jap.v6i1.1293>
- MURDIANA MUHDAR. (2015). Pengaruh Pendekatan Ordinal Terhadap Pendapatan Di Amaly Coffe Sinjai. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58. [http://repository.uiad.ac.id/id/eprint/395/%0Ahttp://repository.uiad.ac.id/id/eprint/395/1/SKRIPSI M.pdf](http://repository.uiad.ac.id/id/eprint/395/%0Ahttp://repository.uiad.ac.id/id/eprint/395/1/SKRIPSI%20M.pdf)

- Na, D. E. C., & Hipertensiva, C. (n.d.). *Studi Mengenai Keputusan Pembelian Jasa Wedding And Event Organizer*. Xi, 1–52.
- Pradjasasmitha, M. A., Udzmah, N., Saputri, S. D., Naima, M., & Hidayatullah, A. F. (2024). Perbandingan Tingkat Kualitas Produk Sayuran Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Ngaliyan Kota Semarang Dalam Perspektif Biologi. *AgriFo : Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 8(2), 49. <https://doi.org/10.29103/ag.v8i2.13476>
- Prof. Dr. Ansar, SE, M. S. (2017). *Teori Ekonomi Mikro* (1st ed.). IPB Press.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Putri Nugraha, J., Al, D., Gairah Sinulingga, S., Rojiati, U., Gazi Saloom, Mk., Rosmawati, Ms., Fathihani, Ms., Mail Hilian Batin, M., Widya Jati Lestari, M., Khatimah, H., & Maria Fatima Beribe, C. B. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen T E O R I*.
- Rahmasari, L. (2016). *PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PRODUK DI CHACHA MILKTEA JL. GEJAYAN*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ruruh Ayu Utami, K. (2024). Analisis Efektivitas Kampanye Pemasaran Storytelling Pada Platform Azraine Cosmetics Untuk Meningkatkan Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Mediasi Terhadap Niat Pembelian Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 25(02), 7.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>
- Saputra, A. (2023). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Segar Di Pasar Modern Kota Jambi*. Jambi.
- Sciffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen* (Bambang Sarwiji (ed.); Edisi Ketu). Pt Macanan Jaya Cemerlang.
- Sujani. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Belanja di Indomaret. *Majalah Ekonomi*, 22(2), 191–205. https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/1008
- Suriana, S., Rahmawati, R., & Ekawati, D. (2022). Partial Least Square-Structural Equation Modeling pada Tingkat Kepuasan dan Persepsi Mahasiswa terhadap Perkuliahan Online. *Saintifik*, 8(1), 10–19. <https://doi.org/10.31605/saintifik.v8i1.362>
- Susilo, A. dan T. (2010). Dampak keberadaan pasar modern terhadap usaha ritel

koperasi /waserda dan pasar tradisional. *J. Sosial Dan Budaya*, 1–9.

Utami, K., Rauf, A., & Salmiah, S. (2019). Analisis Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayur Organik di Kota Medan. *Agrotekma: Jurnal Agroteknologi Dan Ilmu Pertanian*, 3(2), 75. <https://doi.org/10.31289/agr.v3i2.2241>

Utami, S. (2015). Analisis Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, 13(01), 115759.

Widiyatmoko, I. dan A. (2020). *Pasar Tradisional*.

Yudha Andhilla. (2011). *Analisis Sikap Konsumen Dalam Membeli Sayuran Segar Di Pasar Modern Bumi Serpong Damai (BSD) Tangerang Selatan*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.