

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alfabeta.
- Asmara, W. W. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Bayu, I., Ibrahim, J. T., Bakhtiar, A., & Mufriantje, F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Komoditi Pertanian Di Pasar Tradisional Kepanjen Malang. *Jurnal Agribest*, 4(2), 108–122.
<https://doi.org/10.32528/agribest.v4i2.3547>
- DEVY PRAMUDIANA, I. (2017). Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern. *Asketik*, 1(1), 35–43.
<https://doi.org/10.30762/ask.v1i1.409>
- Fitriana, Sudodo, Y., & Hakim, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame(Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1.
- Fuad, M. (2016). *Pengantar Bisnis 1*.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (n.d.). Marketing Manajemen. In B. Sabran (Ed.), 2012 (14th ed.). Erlann.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing 7th edition* (7th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. PT. Indeks.

Kotler, P., Keller, K. L., Hoon, A. S., Meng, L. S., & Tiong, T. C. (n.d.).

Marketing Management : An Asian Perspective - 5th Edition Marketing

Management : An Asian Perspective - 5th Edition.

Mahanani, E. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,*

HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

PRODUK MATAHARIMALL.COM. 2(2), 53–61.

Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era*

Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Alfabeta.

Manafzadeh, E., & Ramezani, A. (2016). *Marketing And Branding*.

Nengsih, T. A., & Kurniawan, F. (2021). Analisis Perbandingan Keputusan

Membeli di Pasar Tradisional dan Modern. *IJIEB: Indonesian Journal of*

Islamic Economics and Busines, 6(1), 17–31.

Nugroho. (2019). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer Pada Motif,*

Tujuan, dan Keinginan Konsumen (3rd ed.). Prenadamedia Group.

Rahma, A., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Gaya Hidup

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Department Store.

E-Proceeding of Management, 6(3), 6252–6259.

Rojiati, U., Saloom, M. K. I. G., Rosmawati, M. S., Pi, S., & Fathihani, M. S.

(2021). *Teori Perilaku Konsumen*.

Rosda Malia, D. S. S. &. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen

dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). *Agroscience (Agsci)*, 7(1), 178.

<https://doi.org/10.35194/agsci.v7i1.51>

Schiffman, & Wissembilt. (2015). *Consumer Behavior* (11 Global). Pearson Education Limited.

Sudarmanto, E. (2023). *EKONOMI MAKRO ISLAM* (D. P. Sari (ed.); 1st ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV ALFABETA.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi.

Yanti, N. G., & Munawaroh, R. R. S. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Tradisional. *Jurnal MANAJEMEN DAN AKUNTASI*, 20, 152–163. <http://journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/jma/article/view/461%0Ahttp://journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/jma/article/download/461/244>