

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Reza, 2011. “Analisis Pengaruh Kesadaran Merk, Keragaman Menu, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen untuk Membeli di Pizza Hut Dp Mall Semarang”. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Arikunto, Suharsini, 1985. *Prosedur Penelitian Ilmiah: Suatu Pendekatan Praktis*, PT Bina Aksara, Jakarta.
- Asribestari, Ratna, dan Jawoto Sih Setyono., 2013. “Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen”, *Jurnal Teknik*, hal. 539-548.
- Basuki, A.T., dan Prawoto, Nano., 2016. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Basuki, A.T., dan Yuliadi, I., 2015. *Ekonometrika*, Mitra Pustaka, Yogyakarta.
- Citra Faizah, 2004. “Analisa Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian”. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dewi, Ade N., & Hussains, Djodia., 2013. “Pengaruh Harga, Kualitas, Kondisi Pasar, dan Lokasi Pasar terhadap Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Pasar Tradisional”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 7, No. 13.
- Egel, James F., dkk., 1994. *Perilaku Konsumen, alih bahasa: F. X. Budiyanto*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ekapribadi, Wildan, 2007. *Pasar Modern: Ancama bagi Pasar Tradisional*, Jakarta.
- Gujarati, Damodar N., 2006. *Ekonometrika*, Erlangga, Jakarta.

Hasan Iqbal, 2002. *Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Indonesia, Presiden Republik, 1995. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 tahun 1972 Tentang Jam Kerja Daerah”.

Kotler, Philip, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta.

Kuntowijoyo, 2006. *Budaya dan Masyarakat*, Tiara Wacana, Yogyakarta.

Lia N., 2009, “Analisis Faktor Presepsi yang Mempengaruhi Minat Konsumen untuk Berbelanja di Giant Hypermarket Bekasi”, Skripsi: Jurusan Manajemen, Universitas Gunadama, Bekasi.

Mankiw, Gregory N., 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Edisi 3, Cetakan 3, Salemba Empat, Jakarta.

Mudrajad Kuncoro, 2008. “Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Pasar Tradisional”, Kadin Indonesia.

Mulyanto Sumardi, 1985. *Sumber Pendapatan Kebutuhan Pokok*, CV Rajawali, Jakarta.

Nano P., dkk., 2014. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi dan Publikasi Karya Ilmiah*, Edisi 5, Cetakan 2, UPFE UMY, Yogyakarta.

Nicholson, W., 2001. *Teori Ekonomi Mikro I*, PT Raja Grafindo, Jakarta.

Nurmalasari, Devi., 2007. “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing dan Preferensi Masyarakat dalam Berbelanja di Pasar Tradisional”, Skripsi: Program Sarjana Ilmu Ekonomi, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

- Qusyairi, Ahmad, 2016, “Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Memilih Pasar Tradisional di Yogyakarta”, Skripsi: Program Sarjana Ilmu Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta.
- Rezki, Rahmad., 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Padang”, Skripsi: Program Studi Manajemen, Universitas Tamansiswa Padang, Padang.
- Salim Yenny, 1995. *Kamus Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Sarwono Sarlito, 1995. *Teori-Teori Psikologi Sosial*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Setiadi, J., 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana, Jakarta.
- Simamora, Bilson, 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran yang Efektif*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Utara.
- Singgih Santoso, 2007. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen untuk Berbelanja di Supermarket Carrefour Yogyakarta”. *Jurnal*. Universitas Duta Wacana, Yogyakarta.
- Sudarsono, 1984. *Pengantar Ekonomi Mikro: Edisi 2, Cetakan 2*, PT Djaya Pirusa, Jakarta Barat.
- Sugiyono, 2004. *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang, 2013. *Teori, Kuisisioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen: Edisi Pertama*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Swasta, Basu., 2002. *Managemen Pemasaran Modern*, Liberty, Delta Khairunnisa, Yogyakarta.

Widia, Shara N., 2014, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Berbelanja di Pasar Tradisional di Semarang”, Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang.

Ambarukmo Plaza, <http://www.plaza-ambarrukmo.co.id/>. Diakses tanggal 23 Oktober 2016 pk 15.00 WIB