

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] M. P. R. Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 70/M-DAG/PER/12/2013, Menteri Perdagangan Republik Indonesia, 2013.
- [2] D. S. Dewi, Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional, Lampung, 2018.
- [3] G. Polancik, Empirical Research Method Poster, Jakarta, 2009.
- [4] A. d. Kotler, Prinsip- Prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 1999.
- [5] R. Hutabarat, Dampak Kehadiran Paasar Modern Brastagi Supermarket terhadap Pasar Tradisional Sei Si Kambing di Kota Medan, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009.
- [6] P. Sinaga, "Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional," *Jurnal PengkajianKoperasi dan UKM*, 2006.
- [7] E. Masitoh, "Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul)," *Jurnal PMI Vol. X No. 2*, 2013.
- [8] Wicaksono, Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Dan Jam Kerja TerhadapPendapatan Pedagang Kios Di Pasar Bintoro Demak., Semarang : Universitas Dipenegoro, 2011.
- [9] P. Kolter, Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2, Jakarta: Indeks, 2008.
- [10] B. Swastha, Manajemen Pemasaran Edisi Kedua, Jakarta: Liberty, 2002.
- [11] F. Tjiptono, Brand Management and strategy, Yogyakarta: Andi, 2005.
- [12] S. Basu, Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Jakarta: Liberty, 2009.
- [13] F. Tjiptono, Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- [14] A. B. Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost, Dan Trust In Brand Terhadap Customer Retention., Semarang : Jurnal Ekonomi Manajemen. Universitas Diponegoro, 2010.

- [15] S. Danang, Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT Buku Seru, 2012.
- [16] Nirwana, Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa, Malang: Dioma, 2004.
- [17] Suryosubroto, Manajemen Pendidikan di Sekolah, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- [18] F. Tjiptono, "Strategi Pemasaran," in *Edisi Pemasaran*, Yogyakarta, CV. Andi Offset, 2001.
- [19] Suparlan, Asas manajemen, Jakarta, 2000.
- [20] P. Kotler, Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia, 2003.
- [21] F. Tjiptono, "Strategi Pemasaran," in *Edisi Kedua*, Yogyakarta, CV. Andi Offset, 2007.
- [22] F. Tjiptono, "Strategi Pemasaran," in *Edisi Ketiga*, Yogyakarta, CV. Andi Offset, 2008.
- [23] F. Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2002.
- [24] T. P. K. P. P. D. P. B. D. P. d. Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- [25] S. Basu, Manajemen Pemasaran Modern, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- [26] P. Greenberg, CRM at the speed of light : Social CRM Strategies, Tool, and Techniques for Engaging Your Customer., New York: McGraw-Hill, Inc, 2010.
- [27] Kerlinger, Metode penelitian, Jakarta : Erlangga, 1973.
- [28] C. Kothari, Research Methodology:Methods and Techniques, New Delhi: New Age International, 2004.
- [29] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2009.
- [30] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2011.

- [31] Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D., Bandung: Alfabeta, 2010.
- [32] B. P. Statistik, Kecamatan Delta Pawan Dalam Angka, Ketapang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Ketapang, 2019.
- [33] U. Sekaran, Metode Penelitian Untuk Bisnis, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- [34] S. Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- [35] W. Gendro, Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0, Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM, 2011.
- [36] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D., Bandung: Alfabeta, 2007.
- [37] Zulganef, Pemodelan Persamaan Struktur dan Aplikasinya Menggunakan AMOS 5, Bandung: Pustaka, 2006.
- [38] M. I. Hasan, Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif), Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001.
- [39] S. Azwar, Reabilitan dan Validitas, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000.