

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, J. 1998. *Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publication.
- Creswell, J. W. 2012. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dobkin, Bethami A. dan Roger C. Pace. 2006. *Communication in a Changing World*. McGraw Hill Companies, Inc. New York.
- Falk, Pasi and Colin Campbell. 1997. "Introduction," in *The Shopping Experience*, Pasi Falk and Colin Campbell eds. London: Sage Publications.
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J. 1993. *Consumer Behavior: Concepts and Application*. Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc.
- Sandikci, Ozlem and Douglas B. Holt. 1998. "Malling Society: Mall Consumption Factors and the Future of Public Space," in *Servicescapes: The Concept of Place in Contemporary Markets*, John F. Sherry Jr. ed. Chicago, IL: NTC Business Books.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. 9th ed.,. New Jersey: Pearson Addison Wesley.
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

### Jurnal

- 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. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(01).

- Arimawa, P. S., & Leasiwal, F. (2018). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Pundi*, 02(03).
- Astibestari, R., & Setyono, J. S. (2013). Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen. *Jurnal Teknik PWK*, 2(3).
- Baker, S. M. (2006). Consumer Normalcy: Understanding The Value of Shopping Through Narratives of Consumers With Visual Impairments. *Journal of Retailing*, 38-47.
- Flacandji, M., & Krey, N. (2018). Remembering Shopping Experiences: The Shopping Experience Memory Scale. *Journal of Business Research*, 2.
- Hadi, M., Zain, D., & Sudiro, A. (2016). *Vendor-capacity, Perceived-Familiarity, PerceivedReputation*, dan *Personal-values* sebagai Faktor Pembeda pada Kelompok Konsumen bagi Tercapainya *Online Customers' Trust*: Studi pada Pengguna E-commerce di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(1).
- Masyhuri, M., & Utomo, S. W. (2017). Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 6(1).
- Portorondo, M. M. (2016). Perubahan Perilaku Berbelanja Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern di Kota Manado Dipandang Dari Aspek Sosiologi. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 14(2).
- Tauber, E. (1972). Why Do People Shop?. *Journal of Marketing*, 36: 46-59.
- Westbrook, Robert A. and Black, William C. (1985). A Motivation-Based Shopper Typology. *Journal of Retailing*, 61(1): 78-103.
- Widiaputri, R. (2018). Konstruksi Sosial Konsumen Mengenai Platfom Belanja Online Shopee (Pola Konsumsi Pada Mahasiswi Milenial Surabaya). *Journal of Universitas Airlangga*.

**Website**

<https://www.bps.go.id/publication/2018/12/20/36947a549c51888e447570ee/direktori-pasar-tradisional-dan-pusat-perbelanjaan-2017.html> (diakses pada 11 april 2021)

<https://www.bps.go.id/publication/2019/12/20/009a7d2cfa9efb6fff751e8a/profil-pasar-tradisional--pusat-perbelanjaan--dan-toko-modern-2019.html> (diakses pada 12 april 2021)

<https://www.google.co.id/amp/s/m.republika.co.id/amp/mq56dk> (diakses pada 3 mei 2021)

<http://kolomsosiologi.blogspot.com/2011/09/sketsa-pemikiran-jean-p-baudrillard.html?m=1> (diakses pada 15 juni 2021)

<https://www.bps.go.id/indicator/173/1875/1/sebaran-pasar-dan-pusat-perdagangan-menurut-klasifikasi.html> (diakses pada 20 juni 2021)

<https://m.money.id/finance/mengintip-keunikan-dagangan-khas-pasar-rebo-160219z.html> (diakses pada 22 juni 2021)