

## DAFTAR PUSTAKA

- Abercrombie. (2010). Scenario Planning Proses Relokasi terkait Perkembangan Pasar Tradisional menjadi Pasar Modern (Studi Kasus di Pasar Dinoyo dan Pasar Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2, No.4, Hal. 648-653.
- Anindita, N. (2022). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bisnis Gawasta (Studi Kasus Pada Toko Perhiasan Gawasta di Madiun). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, Vol. 10, No. 2 : 1- 10.
- Ardiyanto, D., & Nadiroh. (2019). Pengelolaan Lahan Berbasis Kearifan Lokal Di Desa Penglipuran. *Jurnal Green Growth Dan Manajemen Lingkungan*. Vol. 8. No. 2 : 80-89.
- Arieca, D. (2002). Tinjauan Atas Pelaksanaan Promosi Di Depok Fantasi Waterpark. *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 52(1), 1–5.
- Arifah, F. A., & Aprilia, I. R. (2019). Potensi Buah Apel (*Malus domestica*) Dalam Mengatasi Penyakit Asma. *Proceeding of Biology Education*, 3(1), 208-212.
- Ariyani, N.I., & Nurcahyono, O. H. (2014). *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol 3 No 1 : 1-12.
- Badan Pusat Statistik. (2015). Statistik Tanaman Holtikultura Provinsi Sulawesi Selatan 2014. BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Produksi Buah di Sulawesi Selatan Tahun 2018-2022. BPS.
- Brata, I. B. (2020). Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global. *Ilmu Manajemen*, Vol 1 No 2 : 1-12.
- Dewi, Y.A. (2020). Analisa Persepsi Konsumen dan Brand Awareness terhadap Peningkatan Penjualan Online Al Zena Scarf Bandung. *Jurnal Politeknik LP31 Bandung*, Vol 1 No 1 : 25-43.
- Effendi, D.R., Fermayani, Egim, A.S., & Harahap, R. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi, dan Kualitas Pasar Modern Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal unp*, Vol 4 No 2 : 188-197.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Pengambilan Keputusan*, Bandung : Alfabeta.

- Fatra, M. (2018). Analisis Preferensi Konsumen Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Di Kota Makassar. [Skripsi] *Makassar : Jurusan Ilmu Ekonomi Uin Alauddin Makassar*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girawan, Belva, I.R., Pardian, P., Sadeli, A., & Supyandi, D. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Buah Alpukat Mentega Secara Online (Suatu Kasus Pada Konsumen Kojama Shop). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 7(1): 767-781.
- Griffin. (2015). *Customer Loyalty*. Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Erlangga.
- Guspul, A. (2015). Persepsi Konsumen Terhadap Pasar Tradisional Dan Pasar Modern : Marketing Mix (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional “Pasar Induk Wonosobo” Dan Pasar Modern “Rita Pasar Raya Wonosobo ”). *Jurnal PPKM III*, Vol. 1, No.1 : 228-240.
- Hutauruk, M. R. (2020) ‘Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap faktor Yang Menentukan Perilaku Konsumen Untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok Di Ssamarinda’, *Jurnal Riset Inossa Vol 2 No 1* : 1-15.
- Kementerian PUPR. (2011). Ketahanan Pangan Untuk Kesejahteraan Masyarakat Dan Petani. Pu.Go.Id.
- Khairusy, M. A., & Febriani, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada pelanggan KFC Store Merdeka Bandung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Feb Unbaja*, 2(1), 1-12.
- Khotimah, N. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media , Word Of Mouth Marketing Dan Discount Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal [Skripsi] *Klaten : Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten*.
- Khusna, Khurin, A. M., Heru, I., & Setyowati. (2016). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Semangka Di Kota Surakarta, *Agrista* : Vol. 4 No.3 : Hal. 461 – 468.
- Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga. Jakarta.

- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Harlow : Pearson Education
- Kurnaini, D. (2021). Buah-Buahan Dalam Perspektif Al-Qur'Ān ( Kajian Tafsir Tematik ) [Skripsi] *Banten : Fakultas Ushuluddin Dan Adab Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten*
- Kusumaningrum. E, W. (2008). Analisis Faktor Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Buah Jeruk Pada Pasar Swalayan Di Surakarta [Skripsi] *Surakarta : Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret*
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Depok: Salemba Empat.
- Lusiana. (2012). Analisis Struktur Pasar dan Perilaku Industri Ban di Indonesia Tahun 2007-2011. *Media Ekonomi* Vol. 20, No. 3 : 99-126.
- Mahfus, Yulianti, M., & Santoso, D. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Atribut Buah Segar Di Outlet Kebun Mas Untung Banjarbaru. *Frontier Agribisnis* 5 (3) : 7-11.
- Mardhiah, A., & Sabariana. (2021). Pengolahan Pepaya Muda (*Carica Papaya L*) Menjadi Abon. *Jurnal Pendidikan, Sains, dan Humaniora*. Vol 9 No 3 : 512-517.
- Mardiah, S., Soetoro, & Sudrajat. (2017). Tingkat Persepsi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Buah Pepaya California Di Pasar Swalayan ( Studi Kasus di Toserba Yogya Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, Vol 3 No 2 : 140-147
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen, J.C., & Michael, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Munawaroh. (2012). *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*. Cetakan Pertama. Malang : PT.Intimedia.
- Nafillah. (2012). Analisis Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Makassar [Skripsi] *Makassar : Universitas Hasanuddin*.

- Nafisah, S.N., Suharno., & Tinaprilia, N. (2014). Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Jeruk Lokal Dan Jeruk Impor Di Pasar Modern Kota Bogor. *Jurnal Institut Pertanian Bogor*. Vol 1 No 2 : 71-84.
- Nasata, W. (2023). Respon Pertumbuhan Vegetatif Tanaman Semangka (*Citrullus lanatus*) Terhadap Pemberian Pupuk Kompos Pelet [Skripsi] *Bandarlampung : Fakultas Pertanian Universitas Lampung*.
- Nasution, N.A. (2019). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Buah Lokal Di Pasar Tradisional Kota Pekanbaru (Kasus Pasar Cik Puan) [Skripsi] *Pekanbaru : Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau*.
- Peter, J.P., & Jerry C. O. (2016). *Consumer Behavior. Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 4. Diterjemahkan oleh: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Rochaeni, S. (2013). Analisis Persepsi, Kesadaran, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Buah Lokal. *Jurnal Agribisnis*, Vol. 7, No. 1 : 91 – 104.
- Rumbayan, S. A., Esry H. Laoh, Agnes E. Loho, & Charles R. Ngang. (2016). Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Berbelanja Bahan Pangan (Studi Kasus : Masyarakat Kelurahan Teling Atas, Kecamatan Wanea, Kota Manado). *Jurnal Unsrat*, Vol 1 No 1 : 1-15.
- Rustiadi. (2011). *Perencanaan Dan Pengembangan Wilayah*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sangadji, E.M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, Vol 8, No 1 : 147-155
- Sarwoko, E. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol 4 No 2 : 97-115.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Soepramono, Y. B. (2019). Analisis Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Supermarket Gaya Tlogosari Kota Semarang [Skripsi] *Semarang : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang*.

- Suardika, Pasek, I.I., Ambawarati, & Sukaatmadja, I.P. (2014). Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayur Organik CV Golden Leaf Farm Bali. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol 2 No 1 : 1-10.
- Subianto, T. (2012). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol 3 No 3 : 165-182.
- Sugiarti, Y. (2014). Perancangan Sistem Informasi Agribisnis E-Commerce Buah Pisang. *Jurnal Agribisnis*, Vol. 8 No. 1 : 71-82.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.
- Surya, A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembangunan Sektor Pertanian dan Implikasinya terhadap Kesejahteraan Petani di Provinsi Lampung. *Jurnal Borobudur*, Vol 1 No 2 : 87-141.
- Swastha, Basu. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern ,edisi II, cetakan XI*. Yogyakarta : Liberty.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Tanggal : 3 Juli 2023
- Utami, W., Amelia, R., & Mutmainnah. (2017). Perubahan Sistem Mekanisme Pasar Grosir Modern Daya Untuk Menarik Pelaku Pasar. *National Academic Journal of Architecture*. Vol 1 No 1 : 105-117.
- Wiljayanti. (2012). *Manajemen Marketing Plan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Wirjawan, T. W. (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Pelita Ilmu*, Vol 15 No 2 : 146 – 154.
- Yohana, N.K. (2013). Persepsi Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Susu Sapi Perah di Kota Malang [Skripsi] *Malang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang*.
- Yustiana, R. (2010). Pemanfaatan Buah Pisang Kluthuk Terhadap Pertumbuhan Tanaman Buah Stroberi (*Fragaria x annanassa*) Pada Campuran Media

Tanam Tanah Liat Dan Pasir [Skripsi] *Surakarta : Program Studi Pendidikan Biologi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.*

Zainuddin, N. I. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Pada Pembelian Sayuran Segar Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Malili Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur) [Skripsi] *Makassar : Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.*