

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, Nel. (2013). Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional ditinjau dari Strategi Tata Letak dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 13.
- Badan Penelitian dan Pengembangan. (2013). Survey Kepuasan Pelanggan terhadap Pasar Tradisional Kota Medan. Medan: Balitbang.
- Badan Pusat Statistik (BPS). Jumlah Minimarket di Indonesia tahun 2015 [online] Tersedia: www.bps.go.id [10 Januari 2017]
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pengertian Warung Kelontong [online]. Tersedia: <http://kamus.sabda.org/kamus/warung/2011/6/24> [19 Februari 2017]
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informatika*. Bandung: Refika Aditama.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nilawati, W. (2015). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Kerajinan Kuningan di Bondowoso. *Jurnal Ilmiah Progressif*, Vol.12 No.35 , 15-26.
- Peraturan Daerah Kabupaten Bandung No. 20. (2009). Pembangunan, Penataan dan Pengendalian Pasar.
- Peraturan Presiden No.112. (2007). Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Publikasi Badan Pusat Statistik Kecamatan Bojongsoang Dalam Angka, 2016
- Putra, Samuel Adhimas dan Ismi Darmastuti. (2013). Analisis Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Sari Kaligawe, Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, Vol.2 No.3, 1-11.
- Rahman, Yoga Tantular dan Akbar. (2014). Analisis Kiat Toko Tradisional (Warung) untuk Bertahan di tengah Maraknya Minimarket (Toko Modern) (Survey Pada Toko Tradisionl Di Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis). Universitas Widyatama.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, Johannes. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Thompson, A. A., Gamble, J. E., & Strickland, A. J. (2012). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage(18th ed)*. New York: McGraw-Hill.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yola, M., & Budianto, D. (2013). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 301-309.
- Yuningrum, Heny. (2016). Usaha untuk Meningkatkan Loyalitas Toko Kelontong dalam Menghadapi Usaha Ritel yang Menjamur di Masyarakat. *Economica, Vol.7*, 109-139.
- Wang, Huanzhang, dkk. (2016). *Relationship between service quality and customer equity in traditional markets*. *Journal of Business Research*, 1-8.
- Wijayanti, Pardiana dan Wiratno. (2011). “Analisis Pengaruh Perubahan Keuntungan Usaha Warung tradisional Dengan Munculnya Minimarket (Studi Kasus Di Kecamatan Pedurungan Kota Semarang)” *Undip* (hlm 71-85)