

Referensi

- (n.d.). Retrieved from Wikipedia:
[https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Logo_franchise_yomart_minimarket_\(1\).jpg](https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Logo_franchise_yomart_minimarket_(1).jpg)
- Aliyah, I. (2017). Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan. *jurnal.uns.ac.id*, 2.
- Amaliah, R. (2017). Hasil Belajar Biologi Materi Sistem Gerak dengan Menerapkan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Rotating Trio Exchange (Rte) pada Siswa Kelas Xi SMAN 4 Bantimurung. *Jurnal Dinamika*, 11-17.
- Arifah, F. Q. (2018). Pengaruh Visual Merchadising Terhadap Impulse Buying.
- Ariyani, N. (2019). Penataan Pasar-Pasar Tradisional di Indonesia Berdasarkan Teori “Von Stufenaufbau De Rechtsordnung”. 4.
- Badan Pusat Statistik. (2019, Maret 29). *Ringkasan Eksekutif Hasil Pendataan Usaha/Perusahaan Sensus Ekonomi 2016-Lanjutan Indonesia*. Retrieved from bps.go.id: <https://www.bps.go.id/publication/2019/03/29/686ec20b624d7ddedb92255a/ringkasan-eksekutif-hasil-pendataan-usaha-perusahaan-sensus-ekonomi-2016-lanjutan-indonesia.html>
- Dewi, D. S. (2020). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional di Kecamatan Punggur. 1.
- F, Oktaviani. (2019). Pengaruh Faktor Internal Individu Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Bisnis Pada Universitas Di Kota Bandung.
- F, Oktaviani. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Equity Life Indonesia Cabang Cirebon.
- Haryanti, D. M. (2019). Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar. *UKM Indonesia*.
- Indriyani, P. D. (2018). *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Prenadamedia Grup.

- Kho, B. (2019, November 2). *Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran) – 4P dan 7P*. Retrieved from Ilmu Manajemen Industri: <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-marketing-mix-bauran-pemasaran-4p-dan-7p/>
- Menteri Perdagangan RI. (2013). Peraturan Kemedagri 70/M-DAG/PER/12/2013. 4.
- Menteri Perindustrian dan Perdagangan. (1997). *Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 420/MPP/Kep/10/1997*. Retrieved from [jdih.kemendag.go.id: http://jdih.kemendag.go.id/peraturan/download/1218/2](http://jdih.kemendag.go.id:jdih.kemendag.go.id/peraturan/download/1218/2)
- Peraturan Mendagri . (2008). *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Retrieved from [sipo.kemendag.go.id: http://sipo.kemendag.go.id/upload/syarat/70fdb65ee6b7c6d8f77f1901cc1284a.pdf](http://sipo.kemendag.go.id/upload/syarat/70fdb65ee6b7c6d8f77f1901cc1284a.pdf)
- Peraturan Mendagri . (2017). Peraturan Kemendagri Nomor 37/MDAG/PER/5/2017. *Pedoman Pembangun dan Pengelolaan Sarana Perdagangan*, 9.
- Prof. Dr. Suliyanto, S. M. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Thesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Rasyid, H. A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 7.
- Rusham. (2016). Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan "Optimal"*, 156.
- Salwa, M. (2017). Pengaruh Knowledge Management Practice dan Organizational Learning Terhadap Organizational Performance (Penelitian di Unit Sumber Daya Manusia Kantor Pusat di Enam BUMN). 32-33.
- Syarif, F. F. (2017). Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Mengenai Store Atmosphere Pada Selaz Cafe & Resto dan Arosa Cafe & Resto Sumedang. 49.
- Tengku Firli Musfar, S. M. (2020). *Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

- Timoer, F. C. (2019). Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Dilihat Dari Strategi Bauran Pemasaran Di Kota. 4.
- Timoer, F. C. (2019). Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Ditinjau dari Strategi Bauran Pemasaran di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Pasar Palasari dan Griya Buah Batu). *Skripsi*, 20.
- Ulyati, N. F. (2015, November 30). *Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Retrieved from core.ac.id: <https://core.ac.uk/download/pdf/45435339.pdf>
- UU RI Nomor 7 Tahun 2014. (2014). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan*. Retrieved from bpkp.co.id: <http://www.bpkp.go.id/uu/filedownload/2/113/2679.bpkp>
- Valarie A. Zeithaml, M. J. (2010). Services Marketing mix. *Wiley International Encyclopedia of Marketing: Marketing Strategy*.
- Yogya Group. (n.d.). Retrieved from <https://yogyagroup.com/about>