

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta.
- Andadari, R. K., Prasetijo, R. H., Fransiska, R., Sugiarto, A., Haryanto, J. O., & Widayanti, R. (2019). *Pengantar Bisnis : Mengelola Bisnis Dengan Perspektif Indonesia*. Dalam Erang Risanto (Ed.), Jony Oktavian Haryanto. ANDI.
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi Konsumen Generasi Z terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri. *ETHOS (Jurnal Penelitian dan Pengabdian)*, 7(2), 280–296.
- Asri, M. (2001). *Pemasaran*. Penerbit FE Universitas Indonesia.
- Ariescy, R. R., Mawardi, A. I., Sholihatin, E., & Aprilisanda, I. D. (2021). INOVASI PEMASARAN PRODUK UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 418–432.
- Assauri, S. (2004). *MANAJEMEN PEMASARAN Dasar; Konsep & Strategi* (1 ed.). Rajawali Pers.
- Candra Puspita Ningtyas, Munawir Makmur, & Muammar Makmur. (2023). Kajian Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di Kota Kendari. *Journal Publicuho*, 6(4), 1381–1392.
- Cerrato Caceres, B., & Geoghegan, J. (2017). Effects of New Grocery Store Development on Inner-City Neighborhood Residential Prices. *Agricultural and Resource Economics Review*, 46(1), 87–102.
- Fandi, & Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (3 ed.). Penerbit Andi.
- Farqi, A. F., Revizal, Y. N. S., Aji, W., & Maulida, T. P. (2024a). Analisis Fenomena Warung Madura 24 Jam Dalam Perspektif Solidaritas dan Pembangunan Ekonomi Modern di Desa Tegalboto, Summersari, Jember. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 2(3), 29–40.
- Febrianti, M., Edward, A., Arkan, S. M., Azahra, D. A., & Alamsyah, R. F. (2024). Analisis Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Antara Teh Tong Tji Dan Teh.It Berbasis Model Multiatribut Fishbein. *GJMI (Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu)*, 2(12), 203–210.
- Glanz, K., Bader, M. D. M., & Iyer, S. (2012). Retail grocery store marketing strategies and obesity: an integrative review. *American journal of preventive medicine*, 42(5), 503–512.

- Ismi, Firayanti, Y., & Wulansari, F. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Toko Kelontong dalam Menghadapi Perkembangan Perusahaan Ritel di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2, 825–839.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2000). *Prinsip pemasaran* (Ghaz, Ed.; Mohd. Yasin, A. Azmi, & Mohd. Ariffin, Penerj.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Marketing management 12 edition. Dalam *New Jersey* (12 ed., Vol. 143). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson Education, Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Pearson.
- Mahrinasari, & Indriani, C. (2009). Analisis Pengaruh Perubahan Kemasan Sunsilk Terhadap Preferensi Pembelian Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Universitas Lampung). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 123–134.
- Malau, H. (2018). *MANAJEMEN PEMASARAN (Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)* (2 ed.). CV. Alfabeta.
- Marrus, S. K. (2014). *Desain penelitian manajemen strategik*. Rajawali Press.
- McCarthy, E. J. (1968). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. R. D. Irwin.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (3 ed.). SAGE Publications, Inc.
- Nashafira, E., & Samsudin, A. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Toko Kelontong Kecamatan Benowo Surabaya. *Jurnal Akuntan Publik*, 2, 11–15.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9 ed.). McGraw-Hill.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics* (8 ed.). Pearson Education.
- Priyatni, E. T., Suryani, A. W., Fachrunnisa, R., Supriyanto, A., & Zakaria, I. (2020). *Pemanfaatan NVIVO Dalam Penelitian Kualitatif (NVIVO Untuk Kajian Pustaka, Analisis Data, dan Triangulasi)*. Pusat Pendidikan LP2M UM.

- Rahmadani, N., Wirangga, R., Zarna, A. D., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Geprek Abu Ahda. *Journal for Management Student (JFMS)*, 3(1), 9–25.
- Rianto Rahadi, D. (2021). *KONSEP PENELITIAN KUALITATIF PLUS TUTORIAL NVivo*.
- Rusdian, S., & Hildayani, N. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (E-QIEN)*, 8(1), 132–140.
- Sadrul Huda, S. S. M., Zubayer, M., & Faruq, O. (2011). Marketing Strategies of Retail Stores: An Evaluation of Grocery Shops of Dhaka City. *Global Journal Of Management And Business Research*, 11(7), 81.
- Saputri, S. D., & Priyono, B. (2024). Implementasi Bauran Pemasaran 7p pada Warung Kelontong Madura. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(1), 43–50.
- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 131–141.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *R&D Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Alfabeta
- Supriyono, & Wismar'ain, D. (2022). Kajian Potensi Desa Terban Kabupaten Kudus sebagai Desa Wisata Situs Patiayam. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology Magelang*, 5(1), 178–187. <https://journal.unimma.ac.id>
- Swastha, B. (2005). *Asas-asas Marketing*. Penerbit Liberty.
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2015). Manajemen Pemasaran Edisi 1 Cetakan 4. Dalam *Jakarta: Rajawali Pers*. Rajawali Pers.
- Widiyastuti, A., & Ningtyassari, S. A. V. (2023). Kupas Tuntas Strategi Toko Kelontong Madura untuk Menghadapi Persaingan Bisnis di Yogyakarta. *Aktiva : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 9–16.
- Wardani, I. K. N., Izaak, W. C., & Hardiyani, L. (2020). ANALYSIS OF CONSUMER PERCEPTION LEVELS ON INTENTION IN USING E-MONEY. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 147–155.
- Yandis, G. R. (2022). *Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Santan Kelapa Tiga Kijang Kota*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

- Yasin, Muh. N. B. A., & Pratomoatmojo, N. A. (2021). Analisis Fenomena Densifikasi Perkotaan pada Wilayah Surabaya Timur dengan Metode Point Pattern Analysis. *JURNAL TEKNIK ITS*, 10(1), 26–32.
- Yoseph Y. F., D. (2019). Analisis Minat Beli Toko Kelontong Di Kecamatan Wonokromo, Surabaya Dengan Pendekatan Store Atmosphere. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 11(2), Hal. 144-153.
- Yudha, T. S., Amalia, R., Rizkiyati, N., Ramadhana, M. S., Firdaus, A. A. H., & Soebiantoro, U. (2024). Membangun Branding UMKM Minuman Herbal dengan Pembuatan Identitas Visual di Gunung Anyar, Surabaya. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 2(1), 40–42.