

**ANALISIS FAKTOR PENGARUH PREFERENSI BELANJA
KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR
MODERN KABUPATEN SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh

FAIZAH LAILATURROHMAH

NIM: G91218073



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya Faizah Lailaturrohmah (G91218073), menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 01 Agustus 2024



Faizah Lailaturrohmah

NIM. G91218073

LEMBAR PERSETUJUAN

Surabaya, 22 Juli 2024

ANALISIS FAKTOR PENGARUH PREFERENSI BELANJA KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN KABUPATEN SIDOARJO

Diajukan oleh :

FAIZAH LAILATURROHMAH

NIM: G91218073

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Nurul Lathifah, S.A., M.A

NIP.198905282018012001

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR PENGARUH PREFERENSI BELANJA KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN KABUPATEN SIDOARJO

Oleh

Faizah Lailaturrohmah


NIM: G91218073


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 25 September 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

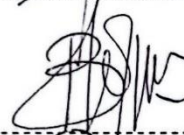
Susunan Dewan Penguji :


1. Nurul Lathifah, S.A., M.A.
NIP. 198905282018012001
(Penguji 1)
2. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198106062009012008
(Penguji 2)
3. Betty Silfia Ayu Utami, S.E., M.SE.
NIP. 198706102019032019
(Penguji 3)
4. Abdullah Kafabih, M.SE
NIP. 199108072019031006
(Penguji 4)

Tanda Tangan









Surabaya, 9 Oktober 2024.
Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Faizah Lailaturrohmah
NIM : G91218073
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Ilmu Ekonomi
E-mail address : Faizahlaila22@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**“Analisis Faktor Pengaruh Preferensi Belanja Konsumen di Pasar Tradisional
dan Pasar Modern Kabupaten Sidoarjo”**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Januari 2025

Penulis

(Faizah Lailaturrohmah)

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi saat ini ialah adanya pergeseran pola konsumsi belanja masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern. Fenomena ini tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan pasar modern di perkotaan hingga wilayah desa. Semakin banyak jumlah pasar modern mampu merubah preferensinya atau tetap memilih berbelanja di pasar tradisional. Oleh karena itu, penulis bertujuan menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam berbelanja di Kabupaten Sidoarjo.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis data primer melalui penyebaran kuisioner dan survey secara *online* terhadap 180 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan paduan metode *accidental sampling* dan *Purposive Sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu model persamaan struktural PLS-SEM menggunakan aplikasi Smart-PLS 4.1.3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pasar Tradisional : 1) Variabel harga memiliki nilai *t-statistics* 3,257 lebih besar dari nilai t-tabel 1,96 sehingga berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja. 2) Pada variabel pendapatan memiliki nilai *t-statistics* 1,509, variabel kualitas produk memiliki nilai *t-statistics* 0,626, variabel lokasi memiliki nilai *t-statistics* 0,412 dan variabel jam operasional memiliki nilai *t-statistics* 0,609 sehingga tiga variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja karena nilai *t-statistics* kurang dari nilai t-tabel 1,96. Sementara, hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pasar Modern : 1) Variabel harga memiliki nilai *t-statistics* 3,155, variabel kualitas produk memiliki nilai *t-statistics* 2,998, variabel lokasi memiliki nilai *t-statistics* 4,117, sehingga disimpulkan tiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar Modern. 2) Variabel pendapatan memiliki nilai *t-statistics* 0,600 dan variabel jam operasional memiliki nilai *t-statistics* 0,565 sehingga dua variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di pasar Modern.

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan di masa yang akan datang bagi Pemerintah Kabupaten Sidoarjo atau pihak lain tentang pengelolaan pasar modern dan pasar tradisional. Selanjutnya, pedagang dapat menerapkan pemahaman preferensi konsumen untuk menjadi strategi pengembangan usaha yang lebih baik dimasa depan. Selain faktor yang digunakan peneliti, pedagang dapat menggunakan faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini sebagai upaya mengatasi persaingan ketat antar pasar.

Kata kunci : Preferensi konsumen, Pasar Tradisional, Pasar modern

ABSTRACT

The current phenomenon is a shift in people's shopping consumption patterns from traditional to modern markets. This phenomenon is inseparable from the rapid growth of modern markets in cities and rural areas. The increasing number of modern markets can change their preferences or continue to shop at traditional markets. Therefore, the author aims to analyze the factors influencing consumer shopping preferences in Sidoarjo Regency.

This study uses a quantitative method with primary data types by distributing questionnaires and online surveys to 180 samples. The technique of sampling combine the accidental sampling and purposive sampling methods. The data analysis technique in this study is the PLS-SEM using the Smart-PLS 4.1.3.

The results show that in traditional markets : 1) The price variable has a t-statistics value of 3.257 which is more than the t-table value of 1.96 so it has a significant effect on consumer preferences in shopping. 2) The income variable has a t-statistics value of 1.509, the product quality variable has a t-statistics value of 0.626, the location variable has a t-statistics value of 0.412 and the operational hours variable has a t-statistics value of 0.609 so that three variables do not have a significant effect on preferences consumers in shopping because the t-statistics value is less than the t-table value of 1.96. Meanwhile, the research results show that in the Modern market: 1) The price variable has a t-statistics value of 3.155, the product quality variable has a t-statistics value of 2.998, the location variable has a t-statistics value of 4.117, so it is concluded that three variables have a significant effect on preferences consumers in shopping. 2) The income variable has a t-statistics value of 0.600 and the operational hours variable has a t-statistics value of 0.565 so that these two variables do not significantly influence consumer preferences in shopping at the Modern market.

This study is expected to be considered in making future policies for the Sidoarjo Regency Government or other parties related to managing modern and traditional markets. Furthermore, traders can apply understanding consumer preferences to become a strategy for better business development in the future. Apart from the factors used by researchers, traders can use other factors that were not used in this research as an effort to overcome intense competition between markets.

Keywords: Consumer Preferences, Tradisional Markets, Modern Markets

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II	15
LANDASAN TEORI	15
2.1 Konsep Pasar.....	15
2.1.1 Pengertian Pasar	15
2.1.2 Pengertian Pasar Tradisional.....	17
2.1.3 Pengertian Pasar modern.....	19
2.2 Teori Preferensi Konsumen.....	22
2.2.1. Preferensi Masyarakat dalam Berbelanja.....	27
2.2.2. Preferensi Dan Teori Permintaan	30
2.3 Harga	33
2.4 Pendapatan	34
2.5 Kualitas produk	35
2.6 Lokasi	36

2.7	Jam Operasional	37
2.8	Penelitian Terdahulu	37
2.9	Pengembangan Hipotesis Penelitian	46
2.10	Kerangka Konseptual	46
BAB III.....		49
METODE PENELITIAN		49
3.1	Jenis Penelitian	49
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	50
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data	52
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	53
3.6	Teknik Analisis Data	57
3.6.1.	Partial Least Square (PLS)	57
3.6.2.	Model pengukuran (<i>Outer Model</i>) atau <i>Measurement Model</i>	59
3.6.3.	Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	62
3.6.4.	Pengujian Hipotesis	63
3.6.5.	Tahapan Analisis Data	64
BAB IV		65
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1	Kondisi Geografis Kabupaten Sidoarjo	65
4.1.2	Perkembangan Perekonomian	66
4.2	Deskripsi Responden	67
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	69
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
4.3	Analisis Data	71
4.3.1	Analisis Partial Least Square (PLS)	71
4.3.2	Model Pengukuran (<i>outer Model</i>)	73
4.3.3	Model Struktural (<i>Inner model</i>)	79

4.3.1 Pengujian Hipotesis.....	81
4.4 Pembahasan.....	84
4.4.1 Analisis pengaruh harga terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di Pasar tradisional dan Pasar modern Kabupaten Sidoarjo.....	84
4.4.2 Analisis pengaruh pendapatan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di Pasar tradisional dan Pasar modern	87
4.4.3 Analisis pengaruh kualitas produk terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di Pasar tradisional dan Pasar modern.....	88
4.4.4 Analisis pengaruh lokasi terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di Pasar tradisional dan Pasar modern	89
4.4.5 Analisis pengaruh jam operasional terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja di Pasar tradisional dan Pasar modern.....	90
BAB V	92
PENUTUP	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	101

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ritel Nasional Tahun 2018-2022	2
Tabel 1. 2 Daftar Nama-Nama Pasar Tradisional Di Sidoarjo.....	8
Tabel 2. 1 Karakteristik Pasar Tradisional dan pasar Modern	21
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran (Skala Likert)	53
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	70
Tabel 4. 6 Hasil Uji Outer Loading Pasar Tradisional.....	73
Tabel 4. 7 Hasil Uji Outer Loading Pasar Modern	74
Tabel 4. 8 Nilai AVE dari Variabel Laten Pasar Tradisional	74
Tabel 4. 9 Nilai AVE dari Variabel Laten Pasar Modern	75
Tabel 4. 10 Nilai Cross Loading untuk Discriminant Validity	76
Tabel 4. 11 Nilai Cross Loading untuk Discriminant Validity Pasar Modern.....	77
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Reliabilitas Pasar Tradisional	78
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Reliabilitas Pasar Modern.....	78
Tabel 4. 14 Nilai VIF Pasar Tradisional	79
Tabel 4. 15 Nilai VIF Pasar Modern	80
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determasi Pasar Tradisional	80
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determasi Pasar Modern	81
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis Berdasarkan Tottal Effect Pasar Tradisional	81
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis Berdasarkan Tottal Effect Pasar Modern.....	83

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Laju Pertumbuhan Ritel Modern di Kabupaten Sidoarjo.....	6
Gambar 2. 1 Kurva Indifferens	24
Gambar 2. 2 Peningkatan Kurva Indifferens	25
Gambar 2. 3 Maksimisasi Utilitas	26
Gambar 2. 4 Kerangka Konseptual	48
Gambar 4. 1 Diagram Jalur Persamaan Pasar Tradisional	71
Gambar 4. 2 Diagram Jalur Persamaan Pasar Modern	72



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	101
Lampiran 2 Tabulasi Data Pasar Tradisional.....	104
Lampiran 3 Tabulasi Data Pasar Modern	105
Lampiran 4 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Pasar Tradisional dan Pasar Modern	106
Lampiran 5 Hasil Uji Inner Model Pasar Tradisional dan Pasar Modern	108



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Tomi. (2019). Hukum Utilitas Dalam Ekonomi Islam. *At Taajir : Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.47902/attaajir.v1i1.23>
- Amaliawati, L., & Murni, A. (2014). *Ekonomika Mikro* (Ed. Revisi). PT Refika Aditama.
- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., Setiaji, B., & Dharta, F. Y. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (I). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <https://penerbitzaini.com/>
- Amin, S., & Mahasan, S. S. (2019). Difference between consumer preferences to choose between the traditional retailing and modern retailing. *Journal of Business & Retail Management Research*, 14(01), 63–70. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v14is01/art-06>
- Andreas, W. (2019). *Metode Penelitian Menggunakan SmartPLS 03* (I). Innosain.
- Ansar. (2019). *Teori Ekonomi Mikro*. PT Penerbit IPB Press.
- Ardha, D. A. (2017). Penerapan Partial Least Squares Path Modeling (PLS-PM) Untuk Menganalisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank BRI Unit Bacem Kantor Cabang Blitar). In *Universitas Brawijaya*. Universitas Brawijaya.
- Ardhana, R. (2021). *Implementasi Kebijakan Penataan Minimarket Di Kabupaten Sidoarjo*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Arianty, N. (2017). Difference Analysis Of Modern Market And Traditional Market Strategy Based On Layout And Quality Of Service. *International Journal of Recent Scientific Research*, 8(3), 16082–16088. <https://doi.org/10.24327/IJRSR>
- Arisuddin, M. F., Suyono, J., Elisabeth, D. R., & Bin Bonn, A. T. (2020). Determinants of Customer Purchasing Decision: Price, Product, and Location. *IJEBD (International Journal of Entrepreneurship and Business Development)*, 3(4), 445–455. <https://doi.org/10.29138/ijebd.v3i4.1214>
- Asmara, G. I. (2022). *Pengaruh Resiko Profesi Dan Tingkat Pendapatan terhadap Keputusan Membeli Produk Asuransi Kecelakaan Diri (Studi Kasus Masyarakat Desa Bandar Setia Kec. Percut Sei Tuan)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Azmansyah, & Arief, E. (2017). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sumber Finansial Di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 28(2).
- Bayonne, E., Marin-Garcia, J. A., & Alfalla-Luque, R. (2020). Partial least squares (PLS) in operations management research: Insights from a systematic literature review. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(3), 565–597. <https://doi.org/10.3926/JIEM.3416>
- BPS. (2024a). *Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2024*. BPS Kabupaten Sidoarjo.
- BPS. (2024b). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sidoarjo Tahun 2023* (Issue 01).
- Damanik, I. F. R. (2019). *Pengaruh Store Image, Store Atmosphere, Dan Store Theatric Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Hamzah Batik Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Duryadi. (2021). *Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS* (I). Yayasan Prima Agung Teknik.
- Dwicahyani, A. R., & Muttaqin, B. I. A. (2019). Analisis Segmentasi dan Preferensi Konsumen Terhadap Pasar Tradisional dan Pasar Modern Menggunakan Binary Logistic Regression. *Journal of Advances in Information and Industrial Technology*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.52435/jaiit.v1i1.6>
- Effendi, I., Najib, M., & Brandoko, K. (2019). Preference Analysis And Purchasing Decision Of Fruit Consumers In Generation Y (Case of Modern and Traditional Retail in Bogor). *Journal of Consumer Sciences*, 4(2), 61–75. <https://doi.org/10.29244/jcs.4.2.61-75>
- Fadilah, F. F. (2020). *Analysis Of The Potential Traditional Market In Improving Trader Welfare In Islamic Perspective*. State Institute On Islamic Studies Purwokerto.
- Fajrin, E. A., Julia, A., & Riani, W. (2015). Faktor Pembentuk Preferensi Masyarakat Kota Bandung dalam Memilih Belanja di Pasar Tradisional dan di Pasar Modern (Aplikasi Metode A H P). In *Jurnal Ilmu Ekonomi* (pp. 1–6). Universitas Islam Bandung (UNISBA).
- Fazli, R. N., Amri, A., & Apridar, A. (2022). Determinan Preferensi Masyarakat Dalam Berbelanja Ke Pasar Tradisional Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ...*, 7(3), 209–220. <https://jim.usk.ac.id/EKP/article/view/23627%0Ahttps://jim.usk.ac.id/EKP/article/download/23627/11026>

- Fransisca, D. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Berbelanja di Pasar Tradisional di Kota Medan*. Universitas Sumatera Utara.
- Gainau, M. B. (2016). *Pengantar Metode Penelitian*. PT Kanisius.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Undip.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *Journal of European Business*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.10.1108%2FEBR-11-2018-0203>
- Halim, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Quality Dan Store Location Terhadap Customer Preference Pada Pelanggan Takoyaqa Di Surabaya. *AGORA*, 1(1), 1–9.
- Harjianti, M. A. (2020). Kajian Persepsi dan Preferensi Masyarakat Dalam Pengembangan Kawasan Eks Lokalisasi Dolly Surabaya. In *Its* (Vol. 9, Issue 2). Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Hermanto, B., Suryanto, & Dai, R. M. (2018). Identification of Traditional Market Characteristics and Modern Markets in Pangandaran District, West Java Province, Indonesia. *Advanced Science Letters*, 24(1), 365–368. <https://doi.org/10.1166/asl.2018.12010>
- Hiariey, A. H. (2018). *Analisis Path Modeling Segmentation Partial Least Square (Pathmox-Pls) Pada Gambaran Klinis Pasien HIV / AIDS*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.
- Hidayati, S. (2019). *Teori ekonomi mikro* (Ed. I). Unpam Press.
- IImi, A. N., Mahmud, M., & Hardiani, A. S. (2022). Karakterisasi Pasar Modern Dan Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Grand Mall Dan Pasar Sentral Maros). *Agribisnis Socioeconomic Journal*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.59638/asejournal.v1i01.24>
- Irawati, I. (2019). *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional Dan Modern Di Kota Bandar Lampung*. Universitas Islam Negeri Aluddin Makassar.
- Khusaini, M. (2013). *Ekonomi Mikro : Dasar - Dasar Teori*. Universitas Brawijaya Press.
- Kotler, P., Kelle, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing*

Management (P. Education. (ed.)). Marketing Management. Singapore: Pearson Education.

Kurniawan, M., Lubis, M. M., & Simanullang, E. S. (2020). Comparative Analysis of Consumer Shopping Behavior in Food Daily in Modern Market and Traditional Market (Case Study : Hypermart Modern Market and Tavip Traditional Market , Binjai City , North Sumatra). *Agriuma*, 2(April), 11–19.

Kyandra, M., Suharno, & Fauzi, P. (2022). How Consumers Perceive Towards Traditional or Modern Markets Proven by Consumer Preference Logistic Regression. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(02), 137–152. <https://doi.org/10.22219/jep.v21i02.22986>

Mahendra, R., Apriani, F., & Zulfiani, D. (2023). Pengelolaan Pasar Oleh Badan Usaha Milik Desa Kelinjau Ulu Kecamatan Muara Ancalong. *Administrasi Publik*, 11(1), 113–125.

Masni, Y. (2014). *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Di Kota Makassar*. Universitas Hasanuddin Makassar.

Negara, M. A. B. (2018). *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja Di Pasar Tradisional dan Modern Di Kota Bandar Lampung*. Universitas Lampung.

Nelwan, J. W., Lopian, J., & Rumokoy, F. S. (2017). The Existence of Traditional Market Toward Modern Market in Tomohon City. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(3), 3348–3355.

Pradipta, H. R. (2020). *Analisis Preferensi Konsumsi Masyarakat Kota Semarang Di Minimarket Modern (Studi Kasus di Kecamatan Semarang Barat)*. Universitas Negeri Semarang.

Pratama, A. P. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Masyarakat Dalam Membayar Zakat Perkebunan Kelapa Sawit (Pendekatan Structural Equation Modeling). In *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (I)*. Pascal Books.

Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Landungsari. *Jurnal Ilmu Manaemen Dan Akuntansi*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33366/ref.v7i2.1650>

Purnomo, M., Otten, F., & Faust, H. (2018). Indonesian traditional market

- flexibility amidst state promoted market competition. *Social Sciences*, 7(11).
<https://doi.org/10.3390/socsci7110238>
- Rinaldi. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Pasar Swalayan dan Pasar Tradisional Terhadap Preferensi Konsumen Di Kota Banda Aceh*. Universitas Syiah Kuala Darussalam.
- Rizal, J., Wilson, Mala, L. I., Yanti, M., & Margaretha Feybe Lumanauw. (2012). *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Direktorat Jenderal Kebudayaan (Kemendikbud) Republik Indonesia.
- Rizaty, M. A. (2022). *Survei: Warga yang Belanja Bulanan di E-Commerce Masih Sedikit*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/09/survei-warga-yang-belanja-bulanan-di-e-commerce-masih-sedikit>
- Rosidah, L. N. (2023). *Analisis Preferensi Konsumen Pasar Tradisional dan Pasar Modern Di Kabupaten Mojokerto*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Runtu, M. E., Sifrid S, P., & Tumbuan, W. J. F. . (2018). Analysis Of Impact The Modern Market Toward Retailers In Pasar Beriman Tomohon. *Jurnal EMBA*, 6(3), 1288–1297.
- Sabarkhah, D. R. (2018). *Pengukuran Tingkat Penerimaan Teknologi Dan Penggunaan Teknologi Uang Elektronik Di Tanggerang selatan Dengan Model UTAUT 2*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sari, F. L. (2022). *Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Kabun Rokan Hulu Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Senggetang, V. ., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. . (2019). The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22916>
- Sjaroni, B., Djunaedi, E., & Noveria. (2019). *Ekonomi Mikro*. CV Budi Utama.
- Smarter, S. (2024). *Consumer Preference*. Studi Smarter.Co.
<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/microeconomics/consumer-choice/consumer-preferences/>
- Sugiyanto, & Romadhina, A. P. (2020). Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro. In *Universitas Nusantara PGRI Kediri (I, Vol. 01)*. Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. CV Budi Utama.
- Triono, E. D., & Lukitasari, L. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Produk Hasil Laut Di Pasar Ikan Modern Sabilulungan Soreang. *Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 6681(6), 444–453.
- Wayan, N., Imingari, F., Putu, N., & Dewi, M. (2022). Factors Affecting Consumer Households Shopping in Traditional Markets and Modern Markets in Denpasar City. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 6(9), 115–122.
- Widiyastuti, E. (2020). *Dampak Integrasi E-Service Quality, E-Satisfaction Dan E-Payment Terhadap E-Repurchase Intention Konsumen Dalam Menggunakan Fitur Gofood (Studi Kasus Pada Karyawan Multi Buana Group)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Yan. (2017). *Analisis fungsi Sosial Ekonomi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Pondidaha*. Institute Agama Islam Negeri Kendari.
- Yuningsih, N. (2022). *Retail Foods Country*. Global Agricultural Information Network.
- Zeng, N., Liu, Y., Gong, P., Hertogh, M., & König, M. (2021). Do right PLS and do PLS right: A critical review of the application of PLS-SEM in construction management research. *Frontiers of Engineering Management*, 8(3), 356–369. <https://doi.org/10.1007/s42524-021-0153-5>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A