

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, M. (1988). *Geografi Perilaku: Suatu Pengantar Studi tentang Persepsi Lingkungan*. Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi.
- Aitken, S., & Valentine, G. (2006). *Approaches to Human Geography*. SAGE Publications Ltd.
- Alexander, H. B. (2014). *Tangerang Bangun Pusat Belanja Terbesar di Indonesia*. Kompas.Com.
<https://bola.kompas.com/read/2014/05/23/1125311/Tangerang.Bangun.Pusat.Belanja.Terbesar.di.Indonesia>
- Peraturan Daerah Kota Tangerang No.6 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Tangerang 2012-2032, Badan Pembinaan Hukum Nasional (2012).
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tangerang. (2022). *Kota Tangerang dalam Angka 2022*.
- Fithrahadi, R. (2012). *Perilaku Pengunjung Bioskop Gedung Tua di Jakarta Pusat* [Skripsi]. Universitas Indonesia.
- Hadinugroho, D. L. (2002). *Ruang dan Perilaku: Suatu Kajian Arsitektural*. 1–16.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 53 Tahun 2008 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2008).
- Jaykumar, V. (2016). Teenagers Perceptions of Retail Format in Shopping Malls: A study on Forum Mall and its Patronage in Bangalore. *Atna - Journal of Tourism Studies*, 11(2), 81–93. <https://doi.org/10.12727/ajts.16.5>
- Kemenkes, R. I. (2015). *Infodatin situasi kesehatan reproduksi remaja*.
- Kim, Y.-K., Kim, E. Y., & Kang, J. (2003). *Teens' Mall Shopping Motivations: Functions of Loneliness and Media Usage*.

<https://doi.org/10.177/1077727X03258701>

Knox, Paul. L., & Marston, S. A. (2015). *Human Geography Places and Regions in Global Context* (7th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing* (14th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Kramer, A. (2008). *Retail Development* (4th ed.). ULI-the Urban Land Institute.

Marcella, J. (2004). *Arsitektur & Perilaku Manusia*. Grasindo.

Maulini, U., & Andriyani, D. (2021). Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Jumlah Kunjungan Wisata Pantai Pangah Gandapura. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 04. http://ojs.unimal.ac.id/index.php/ekonomi_regional

Mayhew, S. (1997). *Oxford Dictionary of Geography* (2nd ed.). Oxford University Press, Great Clarendon Street, Oxford OX2 6DP.

Mizanthi, F. (2017). Perilaku Spasial Mahasiswa UI dalam Memilih Lokasi Kafe di Jalan Margonda Depok. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 8.

Nuryadi, A. (1995). *Shopping Mall sebagai Pusat Perbelanjaan Rekreasi dan Informasi di Cilacap*. Universitas Islam Indonesia.

Panduwinata, A. (2018). *Mall di Kota Tangerang Lesu dan Nyaris Bangkrut*. Wartakota.Tribunnews.Com.

<https://wartakota.tribunnews.com/2018/11/09/mall-di-kota-tangerang-lesu-dan-nyaris-bangkrut>

Ramlee, N., & Said, I. (2014). *Occupancy Of Teenagers In Shopping Malls In Klang Valley, Malaysia*.

Sekarayu, A. M. (2019). *Perilaku Keruangan Remaja dalam Berbelanja di Kota Bekasi* [Skripsi]. Universitas Negeri Jakarta.

Sudijono, A. (2011). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, CV.

Susilawati, C., Yakobus, S., & Sulistyawati, L. (2002). *The Influence of Travel Time and Size of Shopping Center Towards the Frequencies of Visiting Customers in Shopping Centers in Surabaya*.

Waskita, S. F. (2009). *Shopping Center di Yogyakarta* [Tesis]. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

