

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, V. B. S., & Suryawardana, E. (2019). Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online Di Semarang. *Solusi*, 16(4), 59–78. <https://doi.org/10.26623/slsi.v16i4.1668>
- Aeni, N. (2021). Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, & Sosial. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, 17(1), 17–34. <https://doi.org/10.33658/jl.v17i1.249>
- Agytri, W., & Asyik, N. (2018). Pengaruh Kompetensi, Dan Independensi Terhadap Kualitas Audit Dengan Motivasi Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi, Audit, Dan Aset*, 1(1), 1–13. [https://doi.org/10.52062/jurnal\\_aaa.v1i1.2](https://doi.org/10.52062/jurnal_aaa.v1i1.2)
- Andriani1, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.145>
- Anisha, S., & Kalaivani, A. (2016). Factors Influencing Buyers Behaviour While Purchasing. *Shanlax International Journal of Commerce*, 4(3), 153–158.
- Asih, P., Rawi, R., & Rahayu, A. (2021). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fastfood KFC Di Kota Sorong. *Jurnal Perkusi*. 1(3). 352-356
- Badan Pusat Statistik. (2020, Agustus 5). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2020, 1-12. Dikutip dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>
- Bahari, A. F., & Ashoer, M. (2018), Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ekowisata. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*. 5(1), 69-78. DOI: 10.24252/minds.v5i1.4839
- Bappenas RI. (2020). *Perkembangan Ekonomi Indonesia Dan Dunia Triwulan II 2020*. Jakarta: Kedeputan Bidang Ekonomi Kementerian PPN/Bappenas.

- Dikutip dari [https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file\\_upload/koleksi/migrasi-data/publikasi/file/Policy\\_Paper/Laporan\\_Perkembangan\\_Ekonomi\\_Indonesia\\_dan\\_Dunia\\_Triwulan\\_II\\_2020.pdf](https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data/publikasi/file/Policy_Paper/Laporan_Perkembangan_Ekonomi_Indonesia_dan_Dunia_Triwulan_II_2020.pdf)
- Bya, E. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Alfamart. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Central Bank of Indonesia. (2020). *Economic Report of DKI Jakarta*. Jakarta: Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi DKI Jakarta. Dikutip dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/Laporan-Perekonomian-Provinsi-DKI-Jakarta-November-2020.pdf>
- Dharma, S. (2008). Pendekatan, Jenis, Dan Metode Penelitian Pendidikan. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Ekawati, R. (2020). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Supermarket Sakinah Surabaya*. Skripsi Pada UIN Sunan Ampel Surabaya: Tidak diterbitkan.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen ( Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang ) The Influence Of Factor Of Cultural , Social , Personality And Psychology On Customer Behavior S. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1). 1–23.
- Ginting, E. (2015). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek “Asus.” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(2), 1–19.
- Ginting, E. (2016). Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek “Samsung” (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur) Periode Bulan Maret - Mei 2015. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 190–209.
- Gunawijaya, R. (2017). Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam Rahmat. *Al-Mashlahah*, 13(1), 37–72.
- Hapsari, A. (2021). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap*

- Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Jurnal Ekobis Dewantara. 4(3), 169–180.*
- Indayani, S., & Hartono, B. (2020). Analisis Pengangguran Dan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika, 18(2), 201–208.* <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/perspektif/article/view/8581>
- Irwansyah, R., et al. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Janna, N. M. (2020). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *Artikel : Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar, 18210047, 1–13.*
- Karimah, F., Nurdin, & Hestiningtyas, W. (2022). The Effect Of Social Influence On Students’ Purchase Decision At Marketplace Of Shopee. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship. 3(1). 65–74.*
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional. (2020). Covid-19, New Normal, dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning, 4(2), 240–252.* <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.118>
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Marketing Management (14<sup>th</sup> ed.)* New Jersey: Pearson Education Inc.
- Laato, S., et., al. (2020). Unusual Purchasing Behavior During The Early Stages Of The COVID-19 Pandemic: The Stimulus-Organism-Response Approach. *Journal of Retailing and Consumer Services. 57(2020). 1-12.* DOI:10.1016/j.jretconser.2020.102224
- Masrizal. (2012). Mixed Method Research. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas. 6(2), 53–56.*
- Shelviana, M., Rahadhini. M. D., Wibowo, E. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. 19(1). 42-53.*
- Natanael, K. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Generasi Y di Surabaya.

*Agora*, 8(1), 1–7.

- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nuraedah. (2018). Masyarakat Dan Perubahan Sosial Petani Di Kecamatan Balinggi. *Sarawak Voice*, (Vol 5, Issue 3).
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A., (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK.b *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akutansi*. 2(4). 619-630. DOI: 10.32639/jimmba.v2i4.616
- Pohan, A., Wibowo, A., & Jannah, N. (2021). Dampak Inflasi Terhadap Perekonomian Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid 19. *TRIANGLE Journal Of Management, Accounting, Economic and Business*. 2(4). 537-542
- Prasetyo, B. (2009). Konsep Dasar Statistika Definisi. Jakarta: Universitas Terbuka,
- Putranto, J. H., Subagyo, T., & Lestari, S. (2021). Pandemi COVID-19: Analisis Tantangan Kebijakan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 69-76. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.557>
- Qazzafi, S. (2020). Factor Affecting Consumer Buying Behavior: A Conceptual Study. *IJSRD-International Journal for Scientific Research & Development*, 8(2), 1205-1208.
- Ridlo, I. A. (2020). Pandemi COVID-19 dan Tantangan Kebijakan Kesehatan Mental di Indonesia. *INSAN Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 5(2), 155–164. DOI: 10.20473/jpkm.v5i12020.155-164
- Rizal, D. A. (2020). Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Rochim, F. N., Munawaroh, F., Wulandari, A. Y. R., & Ahied, M. (2019). Identifikasi Profil Miskonsepsi Siswa Pada Materi Cahaya Menggunakan Metode Four Tier Test Dengan Certainty of Response Index (CRI). *Natural Science Education Research*, 2(2), 140–149. <https://doi.org/10.21107/nser.v2i2.6241>
- Rosyana, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

- Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Elzatta Di Bandung). *e-Proceeding of Management*: 1-8. Bandung, Agustus: Universitas Telkom.
- Rudianto, R. (2021). The Influence of Culture and Lifestyle on Purchasing Decisions of Women's Clothing at Matahari Department Store, Palopo City. *International Journal of Management Progress*, 2(2), 14–25. <https://doi.org/10.35326/ijmp.v2i2.1027>
- Sata, M. (2013). Factors affecting consumer buying behavior of mobile phone devices. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(12), 103–112. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n12p103>
- Setyawan, D. A. (2013). *Statistik Deskriptif: Penyajian Data Statistik*. 1–8. <http://adityasetyawan.wordpress.com>
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala-Repository IMWI*, 3(1), 1–10.
- Somantri, B., & Larasati, G. C. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Consumer Behavior Dan Dampaknya Pada Purchasing Decision Produk Kosmetik Korea Mahasiswi Kota Sukabumi. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(8), 497-506. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i8.1544>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D). Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarni, Y. (2020). Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 46-58. <https://doi.org/10.29300/aij.v6i2.3358>
- Suryadi, B. (2012). *Pengantar Antropologi*. Banjarmasin: P3AI Univesitas Lambung Mangkurat.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/npjqh>
- Susanti, G., Qomariah, N., & Anwar. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial,

- Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*. 2(2), 154–167.
- Utami, N. K., & Pramesti, I. G. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Operasional Koperasi Simpan Pinjam Di Kecamatan Denpasar Utara Tahun 2015-2018. *Paulus Journal of Accounting*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.34207/pja.v2i1.88>
- Vazquez-Martinez, U. J., Morales-Mediano. J., & Leal-Rodriguez, A. L. (2021). The Impact Of The COVID-19 Crisis On Consumer Purchasing Motivation And Behavior. *European Research On Management And Business Economics* 27(2021). 1-18. DOI: 10.1016/j.iedeen.2021.100166
- Yuniati, M., & Amini, R. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Daya Beli Masyarakat NTB. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 362–368. Dikutip dari <http://ojs.mputantular.ac.id/index.php/MPU/article/view/471/380>