

DAFTAR PUSTAKA

- Adidarma, R. A. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14, 1–14.
- Akbar, Diana, N., & Afifudin. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Penerapan E-Commerce (Studi pada Perusahaan Sub Sector Retail Trade dalam Index Saham Syariah Indonesia (ISSI) di Bursa Efek Indonesia). *E-JRA*, 10(03).
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, V., Hadisantoso, E. P., Wahyuni, I. R., & Supriatna, A. M. (2020). Penanganan Limbah Infeksius Rumah Tangga pada Masa Wabah COVID-19. *LP2M*, 2.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 248–262. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.132>
- Arifah, N. (2020). Manajemen Perubahan dalam Mewujudkan Madrasah Berprestasi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4.
- Arnold, J. T., Chapman, S. N., & Clive, L. M. (2008). *Introduction to Materials Management*. Pearson.
- Arsyanti, N. M., & Astuti, R. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–11. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Bachriansyah, & Rizky, A. (2011). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Ponsel Nokia*. 1–65.
- BPS. (2020). Statistik Hortikultura 2020. In *Badan Pusat Statistik*. Jakarta.
- Cholilawati, & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi COVID-19. *Equilibrium : Jurnal Pendidikan*, IX(1).
- Dalgic, T., & Unal, S. (2018). *Utilizing Consumer Psychology in Business Strategy*. USA: IGI Global.
- Durianto, D. (2003). *Inovasi Pasar dengan Iklan Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Ermianti, C., Amanah, D., Utami, S., & Harahap, D. A. (2021). Minat Beli Konsumen Terhadap Sayuran Organik Pada Pasar Tradisional. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 16(2), 282–295.

- Farhana, R. M., & Harahap, L. (2020). Pengendalian Internal Pada Perusahaan Start Up. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 137–148. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v2i3.242>
- Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan E-Wallet di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ferdinand, A. (2014). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, B., & Johansyah, M. D. (2019). The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(12), 66–78.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Cetakan Ke). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (Edisi 2). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Gross, R. (2014). Theoretical Consumer Decision Making Model: The Influence of Interactivity and Information Overload on Consumers Intent to Purchase Online. *International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER)*, 5(4), 64–70.
- Hadi, S. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.
- Hadiyati, E. (2016). Study of Marketing Mix and AIDA Model to Purchasing Online Product in Indonesia. *British Journal of Marketing Studies*, 4(7), 49–62.
- Hakim, M. A. (2020). *Pembelian Produk Sayuran Pada Toko Sayur Di Yogyakarta Pada Masa Wabah Covid-19 Skripsi*. 19, 189.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Harga terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hariadi, D., & Martoatmodjo, S. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(1), 67–87.
- Hardioko, J. (2018). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Produk Kopi Secara Daring: Studi Kasus Pada Situs Internet Otten Coffee. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 129. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2017.122.292>
- Hermi, H., & S, P. (2016). Gambaran Konsumsi Sayur dan Buah Penduduk Indonesia dalam Konteks Gizi Seimbang: Analisis Lanjut Survei Konsumsi Makanan Individu (SKMI) 2014. *Buletin Penelitian Kesehatan*, 44(3), 4–10. <https://doi.org/10.22435/bpk.v44i3.5505.205-218>
- Ihram, I. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Di Kota Mataram. *AGROTEKSOS*:

- Agronomi Teknologi Dan Sosial Ekonomi Pertanian*, 29(2), 70.
<https://doi.org/10.29303/agroteksos.v29i2.406>
- Indonesia Internet Provider Association. (2020). Apjii. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, Vol. 74, p. 1. Retrieved from <https://apjii.or.id/content/read/104/503/BULETIN-APJII-EDISI-74---November-2020>
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jaya, H. S., & Suparna, G. (2018). Pengaruh Atmosfer Toko Dan Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Temday Store Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(6), 2887.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i06.p02>
- Kohli, S., Timelin, B., Fabius, V., & Veranen, S. M. (2020). How COVID-19 is changing consumer behavior – now and forever. *McKinsey & Company*, 1–6. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/how-covid-19-is-changing-consumer-behavior-now-and-forever>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kusnandar, V. B. (2021). Sektor Pertanian Tumbuh Tipis 0,38% pada Kuartal II-2021. Retrieved from Katadata website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/08/sektor-pertanian-tumbuh-tipis-038-pada-kuartal-ii-2021>
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 1–11.
- Maulana, A. dkk. (2021). Peran E-Commerce di Tengah Pandemi terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 55–61.
- Mukharom, H. A. (2020). Kebijakan Nabi Muhammad SAW Menangani Wabah Penyakit Menular dan Implementasinya dalam Konteks Menanggulangi Covid-19. *Jurnal Sosial Budaya Syar-I*, 7(3), 240.
- Mustakim, Efendi, R., & Sofiany, I. R. (2021). Pola Konsumsi Pangan Penduduk Usia Produktif Pada Masa Pandemi COVID-19. *Ikesma: Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, Vol. 17(Special Issue).
- Mustikawati, E., Utama, L., Ruslim, T. S., & Wijaya, H. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Makanan Organik. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(2), 146–161.
- Nasution, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 14(2), 135–142.

- Nurfaisah. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen untuk Berbelanja di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai*. Universitas Negeri Makassar.
- Peck, J., & Shu, S. B. (2018). *Psychological Ownership and Consumer Behavior*. USA: Springer.
- Pitoewas, B. (2018). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Sikap Remaja terhadap Perubahan Tata Nilai. *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 3(1), 8–18.
- Prabowo. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word of Mouth terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna iPhone)*. 246–256.
- Putra, E., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). PENGARUH DISKON TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 38(2), 184–193.
- Raheni, C. (2018). The Effect Of Social Media On Consumer Buying IPengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen*, 5(2), 82–85. Retrieved from <http://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM>
- Ritonga, R. P. (2021). *Analisis Kesadaran Konsumen Dalam Membeli Buah Dan Sayur Melalui E-Commerce Di Masa Pandemi Covid-19 (Kasus: E-Commerce Buah dan Sayur di Kota Medan)*. 19, 1–83.
- Romadlon, A., Marlien, R. A., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi Pada Akun Instagram Kawaii Coklat). *Proceeding SENDIU 2020*, (2016), 701–707.
- Samosir, B. A., & Wartini, S. (2017). Pengaruh Iklan pada Keputusan Pembelian melalui SSamosir, Betania Agustina Wartini ikap Konsumen. *Management Analysis Journal*, 6(3), 255. Retrieved from <http://maj.unnes.ac.id>
- Saputra, H. (2021). Perancangan dan Pembuatan Website sebagai Aplikasi E-Commerce pada Risty Grosir Gamis Malang. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, Vol. 5(No. 2).
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Soares, et al. (2020). *Emotional, Sensory and Social Dimensions of Consumer Buying Behavior*. USA: IGI Global.
- Soedarto, T., Hendrarini, H., Alit, R., & Anggriawan, T. P. (2020). *Inovasi Teknologi Pemasaran Digital Pada Cv . Supply*. XV, 1–4.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen* (II). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tanata, H. F., & Chirstian, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Hungtata. *Performa*, 4(6), 94–103. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i6.1182>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 2). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar Bakti, H., & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 18. Retrieved from <https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>
- Wahyudiyono. (2017). Transaksi E-Commerce Masyarakat Jawa Timur. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 6(3).
- Wibowo, F. S., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (Survei pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–15.
- Widani, N. L. (2019). Penyuluhan Pentingnya Konsumsi Buah dan Sayur pada Remaja di Sos Desataruna Jakarta. *Patria*, 1(1), 57. <https://doi.org/10.24167/patria.v1i1.1779>
- Widayanti, S., Amir, I. T., Indah, P. N., & Septya, F. (2020). Consumer Preference of Packaged Rice and Bulk Rice in Surabaya. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 11(1), 155–169. <https://doi.org/10.2478/hjbpa-2020-0014>
- Widiastuti, O. (2017). Hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Produk dengan Minat Beli Bedak Muka Sari Ayu pada Mahasiswi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Doctoral Dissertation Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 17–28. <https://doi.org/10.25139/ekt.v2i1.675>
- Wijoyo. (2020). *Digital Marketing*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Yuliana, Y. (2020). Analisis Keefektivitasan Pemanfaatan E-Learning Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Masa Pandemi Corona (Covid-19). *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(10), 875–894. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i10.17371>