

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, 2020. Pandemi Covid-19, Momentum Dongkrak Bisnis Hortikultura. (*On-line*). <https://fajar.co.id/>. Diakses 4 September 2020.
- Andilla, Y. 2011. Analisis sikap konsumen dalam membeli sayuran segar di Pasar Modern Bumi Serpong Damai (BSD) Tangerang Selatan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Anindita, K. 2020. Perilaku Konsumen Selama Covid-19 dan Cara Menghadapinya. <https://www.google.com/amp/s/www.hasmicro.com/id/>. (*On-line*) diakses 4 September 2020.
- Anjaeni, R. 2020. Selama Pandemi Pengeluaran untuk Bahan Makanan Melonjak 51%. (*On-line*). <https://nasional.kontan.co.id/>. Diakses 28 Agustus 2020.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Hasil Survei Sosial Demografi Dampak Covid-19*. BPS. Jakarta.
- _____. 2020a. *Konsumsi dan Pengeluaran*. BPS. Pemalang.
- _____. 2020b. *Profil Masyarakat Kabupaten Pemalang di Era New Normal*. BPS. Pemalang..
- Dasipah, E. Budiyo, H & Julani, M. 2010. Analisis perilaku konsumen dalam pembelian produk sayuran di Pasar Modern Kota Bekasi. *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*. 1(2):24-37
- Dinkes Pemalang. 2021. Data Pantauan Covid-19 Pemalang. (*On-Line*) <https://infocorona.pemalangkab.go.id/> diakses 1 Februari 2021.
- Durianto, D. 2013. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Structural Equation Modelling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modelling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I & Latan, H. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, H & Swasta, B. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPEE. Yogyakarta.
- Indika, D.R & Jovita. C . 2017. Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*. 1(1):25-31.
- Jaya, I.G.M.N & I Made. S. 2008. Pemodelan Persamaan Struktural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika dan Pendidikan Matematika*. 118-132.
- Kemkes. 2020. Panduan Gizi Seimbang Pada Masa Pandemi Covid-19. (On-line). <https://Kemkes.go.id/>. Diakses 28 Agustus 2020.
- Kiloes, A .M. 2020. Responden Tingkatkan Konsumsi Buah Selama Pandemi Covid-19.(On-Line). <https://tabloidsinartani.com/>. Diakses 28 Agustus 2020.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 13*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & G. Armstrong. 2012. *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
- Kusuma, M. R. 2019. Pengaruh daya beli, minat konsumen, dan persepsi kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Studi kasus adipoday café and resto di Kabupaten Sumenep). *Artikel*. Universitas Wiraraja. Sumenep.
- Listyowati, E.A, Suryantini, A & Irham. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat dan Keputusan Konsumen Membeli Sayuran dan Buah Secara Online. *Jurnal Kawistara*. 10(1):66-76.
- Maghfiroh. 2016. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 40(1):132-140.

- Maryani, H., Kristiana, L., & Lestari, W. 2016. Faktor dalam pengambilan keputusan pembelian jamu saintifik. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*. 19(3):200-210.
- Mudassir, R. 2020. Kala Buah Segar Jadi Tuah di Tengah Pandemi Covid-19. (On-Line). <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/>. Diakses 4 Oktober 2020.
- Mustari, M & Rahman, M.T. 2012. *Pengantar Metode Penelitian*. Laksbang Pressindo. Yogyakarta.
- Nulufi, K. 2015. Minat beli sebagai mediasi pengaruh brand image dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian batik di Pekalongan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Nurfitriani, A., Aryani, D., & Sari, D.W. 2021. Perubahan perilaku konsumen terhadap konsumsi buah dan sayur di Kota Palembang pada masa pandemi covid-19. *Skripsi*. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Nurhidayah, R. 2016. Analisis perilaku konsumen dalam membeli produk sayuran segar di Pasar Modern Superindo Godean Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta.
- Padmi, S.K.D, Ratna K.D, & Lies, A. 2017. Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Buah-Buahan di Moena Fresh Bali. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*. 6(4):584-595).
- Peter & olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Prawiradilaga, R S. 2020. Covid-19 dan Tatalaksana Gizi. *Kopidpedia*. Fakultas kedokteran. Universitas Islam Bandung. Bandung.
- Priyambodo, C.S., Sastryawanto, H & Hermawati, D.T. 2019. Analisis preferensi konsumen buah jeruk di Pasar Keputran Utara Surabaya. *Jurnal Agribisnis*. 19(1):85-103.
- Putong, I. 2013. *Pengantar Mikro dan Makro*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Putri, Y.A.D. 2018. Pendekatan Partial Least Square Correlation Pada Pemodelan Persamaan Struktural. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang.
- Rachmawati E, Djuwendah E, & Budiman A. 2012. Analisis minat beli masyarakat terhadap produk-Pproduk berwawasan lingkungan (Green

- Product) di Kota Bandung. *Tugas Akhir Penelitian Peneliti Muda*. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Rahardja, P. 2008. *Pengantar Ilmu Ekonmi (Mikroekonomi dan Makroekonomi)*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sadewo, M. K. 2020. Perilaku konsumen terhadap pembelian sayuran di pasar tradisional melati Kota Medan Kecamatan Medan Tuntungan. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Saidani, B. 2012. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. 3 (1): 1-22.
- Saodah & Malia. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayuran di pasar tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). *Journal Agrosience*. 7(1):178-193.
- Sari, S. P. 2020. Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen. *Psikoborneo*. 8(1):147-155.
- Satgas (Satuan Tugas Penanganan) Covid-19. 2020. Data Sebaran Covid-19. (*On-Line*) <https://covid19.go.id/> diakses 1 Februari 2021.
- Schiffman, L G., & Kanuk, L L. 2009. *Perilaku Konsumen*. Alih bahasa Zulkifli Kasip. PT Indeks Group Gramedia. Jakarta.
- Soeharno. 2007. *Ekonomi Manajerial*. CV Andi Offest. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Kombinasi*. Alfabeta. Bandung.
- Suhardi, A & Herlina. 2010. Pengaruh daya beli masyarakat terhadap nilai penjualan ikan lele di Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu. *JMK*. 8(1):40-47.
- Sujarweni, W. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Barupress. Yogyakarta.
- Swastha & Irawan. 2013. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.
- Syafii, M & Prasetya, Y. 2013. Pengaruh Variasi Produk dan Daya Beli terhadap Tingkat Keputusan Pembelian Produk Fresh Tea di Koperasi SMPN 3 Gresik. *Gema Ekonomi*. 2(1):1-17.

- Tussaadah, R.Z., Hendriana, H & Yuliani, W. 2021. Validitas dan reliabilitas angket penyesuaian diri peserta didik SMA. *FOKUS*. 4(3):213-218.
- Ulum, M. Tirta, I & Anggreani D. 2014. *Analisis structural equation model (SEM) untuk sampel kecil dengan pendekatan partial least square (PLS)*. *Prosiding Seminar Nasional Matematika*. Universitas Jember. Jember.
- Utami, I W. 2017. *Perilaku Konsumen (Analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian)*. CV Pustaka Bengawan. Surakarta.
- Yuniati, M. 2020. Analisis dampak covid-19 terhadap daya beli masyarakat NTB. *Jurnal Penelitian Manajemen*. 2(2):362-368.
- Yusnita, M. 2019. *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*. Alprin. Semarang.

