

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam Di Pasar Sangkumpul Kota Padangsidimpuan Selama Pandemi Covid-19

Ali Hardana¹, Risna Hairani², Try Wahyu Utami³, Desy Khairani

^{1,2,3}Dosen, UIN Syahada Padangsidimpuan

^{1,2,3}Prodi, FEBI, UIN Syahada Padangsidimpuan

¹alihardana@uinsyahada.ac.id, ²risnahairani@uinsyahada.ac.id, ³utami@uinsyahada.ac.id,

⁴desikhairani@uinsyahada.ac.id

*Corresponding author: ¹alihardana@uinsyahada.ac.id

Abstract

This study aims to determine the factors of purchasing chicken meat in traditional markets during the Covid-19 pandemic. This research was conducted in Sangkumpul Bonang Market, Sangkumpul Bonang District, Padangsidimpuan City, West Java Province. The sampling method was purposive sampling, using 104 respondents. The results of the study are that consumers who buy chicken meat at the Sangkumpul Bonang Market are on average female, over 36 years old, have a high school education / equivalent, work as housewives, earn less than Rp.1,000,000.00, consume 1-1.5 kg a week and purchase 1-3 times a week. The results of the multiple linear regression equation obtained a coefficient of determination of 0.727 which shows that health protocols (X1), marketing mix needs (X2) (X3) and purchase intention (X4) affect purchasing decisions (Y) by 62.8%. The F test concluded that health protocols, marketing mix, needs and purchase intentions have a significant influence on purchasing decisions. The T test concluded that health protocols have a significant influence on purchasing decisions. The suggestions given include traders must always adhere to health protocols in serving consumers, maintaining the cleanliness of outlets and providing services by considering selling using delivery or online methods, in order to reduce crowds in the market where the market is one of the places where the Covid-19 virus is spreading.

Keywords : Purchase Decisions, Sangkumpul Bonang Main Market, Pandemic

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pembelian daging ayam di pasar tradisional selama pandemi Covid-19. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Sangkumpul Bonang, Kecamatan Sangkumpul Bonang, Kota Padangsidimpuan, Provinsi Jawa Barat. Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling, dengan menggunakan 104 responden. Hasil penelitian yaitu konsumen yang membeli daging ayam di Pasar Sangkumpul Bonang rata-rata perempuan, berusia di atas 36 tahun, berpendidikan SMA/ sederajat, pekerjaan ibu rumah tangga, penghasilan di bawah Rp.1.000.000,00, tingkat konsumsi 1-1,5 Kg dalam seminggu dan tingkat pembelian sebanyak 1-3 kali seminggu. Hasil persamaan regresi linier berganda diperoleh koefisien determinasi 0,727 yang menunjukkan bahwa protokol kesehatan (X1), kebutuhan bauran pemasaran (X2) (X3) dan niat beli (X4) mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 62,8%. Tes F menyimpulkan bahwa protokol kesehatan, bauran pemasaran, kebutuhan dan niat membeli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Tes T menyimpulkan bahwa protokol kesehatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran yang diberikan antara lain yaitu pedagang harus selalu mematuhi protokol kesehatan dalam melayani konsumen, menjaga kebersihan gerai dan memberikan pelayanan dengan mempertimbangkan penjualan menggunakan metode pengiriman atau online, agar dapat mengurangi kerumunan di pasar dimana pasar merupakan salah satu tempat yang memang banyak penyebaran virus Covid-19.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Pasar Sangkumpul Bonang, Pandemic

Pendahuluan

Peningkatan jumlah penduduk mempengaruhi pendapatan dan kesadaran akan gizi menyebabkan permintaan terhadap hasil ternak daging ayam sebagai sumber protein hewani semakin meningkat. Kebutuhan daging ayam setiap tahunnya mengalami peningkatan, karena harganya yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. (Apriliani et al., 2020; Fauzi et al., 2018; Suharto et al., 2020) mengatakan kebutuhan daging ayam secara nasional pada tahun 2018 mencapai 11,5 kg/kapita/tahun. Ayam ras merupakan salah satu komoditi unggas yang memberikan kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan asal hewani bagi masyarakat. Ayam ras adalah jenis ternak unggas yang memiliki laju pertumbuhan yang sangat cepat, karena dapat dipanen pada umur 5 minggu. Keunggulan ras didukung oleh sifat genetik dan keadaan lingkungan yang meliputi makanan, temperatur lingkungan dan pemeliharaan.

Pasar merupakan tempat berkumpulnya sejumlah pembeli dan sejumlah penjual di mana terjadi transaksi jual-beli barang-barang yang ada di sana. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Adanya kasus virus covid-19 yang merupakan pandemi global menimbulkan kekhawatiran dari berbagai kalangan, khususnya masyarakat.

Pasar merupakan tempat berpotensi menjadi kluster penyebaran virus covid-19, karena proses dalam bertransaksi mengharuskan para pedagang dan pengunjung bertatap muka secara langsung. Para pedagang dan pengunjung di pasar tradisional secara langsung harus memberlakukan protokol kesehatan mengikuti kebijakan pemerintah untuk menanggulangi masalah penyebaran virus covid-19. (Irmawati et al., 2022; Saraswati et al., 2020) dalam (Hardana et al., 2022b, 2022a; Riana et al., 2021; Wanti, 2012; Yuliawati, 2021) mengatakan kekhawatiran masyarakat semakin terasa melihat jumlah lonjakan pasien positif covid-19 setiap harinya. Melihat tingkat persebaran virus korona yang cukup tinggi, mengharuskan pemerintah untuk segera mengambil langkah strategis.

Perbedaan antara pasar tradisional dan modern yang paling jelas dapat kita lihat dari karakteristik produk pertanian/peternakan yang dijual. Keunggulan yang dimiliki oleh pasar modern yang ditawarkan pada produk pertanian/peternakan, yaitu menyediakan berbagai macam kebutuhan produk pada satu tempat berbelanja, produk yang dijual lengkap, kemudahan dalam mencari barang, kenyamanan berbelanja, kualitas produk baik, parkir luas dan aman serta kebersihan yang terjaga. Keunggulan yang dimiliki oleh pasar modern tersebut menimbulkan minat yang tinggi bagi konsumen untuk memilih pasar modern dalam memenuhi kebutuhan, dibandingkan dengan pasar tradisional yang cenderung kurang nyaman. (Dharmmesta, 2000; Hardana et al., 2022a; Siringoringo et al., 2009). Tentu saja ada faktor lain yang dapat mempengaruhi pembeli menentukan tempat pembelian. Oleh karena itu, penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap ayam ras dan penentuan tempat pembelian menjadi penting untuk melihat bagaimana kondisi penjualan di masing-masing pasar.

Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penilaian konsumen terhadap produk atau jasa akan menggambarkan sikap konsumen terhadap produk dan jasa tersebut. (F. M. Amin, 2018; Faizal Amin & Ananda, 2018; Fatmawati Amin et al., 2021; Hardana, 2022; Hardana et al., 2022a) mengatakan konsumen mengambil keputusan untuk menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkannya. Sehingga untuk menghindari risiko tersebut, konsumen melakukan beberapa hal seperti menghindari keputusan pembelian, mengumpulkan informasi dari teman atau media dan perilaku atas produk yang akan dibelinya.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian daging ayam di Pasar Sangkumpul Bonang pada saat pandemi covid-19 berlangsung.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 7 November hingga 12 Desember 2021 di Pasar Sangkumpul Bonang, Kota Padangsidempuan, yang berlokasi di Pasar Sangkumpul Bonang Jalan Perintis Kemerdekaan, Kota Padangsidempuan. Pemilihan lokasi penelitian dengan metode purposive sampling berdasarkan beberapa pertimbangan salah satunya karena pasar tersebut merupakan satu-satunya pasar tradisional di Kecamatan Padangsidempuan Utara dan menjadikan pasar tersebut sebagai pusat perdagangan kebutuhan pokok.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah survei dan eksplanasi. Menurut (Siregar & Hardana, 2022) metode survei merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, berupa wawancara dan penyebaran kuisioner yang diambil dari suatu sampel dalam populasi. Sedangkan metode eksplanasi menurut Darna dan Elin (2018) yaitu metode yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel dengan variabel yang lain.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan penyebaran kuisioner. Menurut (Burton, 2017; Mania et al., 2017; Meyer et al., 2017; Siregar & Hardana, 2022) observasi merupakan suatu langkah untuk menghimpun secara sistematis dan dicatat dalam pengamatan terhadap fenomena yang sedang terjadi atau sedang dijadikan sasaran pemangamatan. Kuisioner menurut (Danang et al., 2020) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan komunikasi dengan responden. Penyebaran kuisioner diberikan kepada 104 responden, angka tersebut didapat dari penentuan jumlah populasi yang tidak diketahui dan teknik accidental sampling. Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, namun sebagai pembeli atau konsumen daging ayam di Pasar Jatiasih. Skala pengukuran kuisioner menggunakan skala likert dengan skala interval sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Interval

No.	Skala Interval	Keterangan
1.	1,00 – 1,75	Sangat tidak setuju
2.	1,75 – 2,50	Tidak setuju
3.	2,50 – 3,25	Setuju
4.	3,25 – 4,00	Sangat Setuju

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Data dianalisis dengan program SPSS dengan analisis faktor dan analisis regresi linier berganda.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pembeli daging ayam di Pasar Jatiasih berdasarkan jenis kelamin sebagian besar konsumen berjenis kelamin perempuan dengan usia di atas 36 tahun. Menurut (Chen et al., 2011) hal ini dikarenakan kesadaran masyarakat pada usia tersebut sudah berkeluarga atau menikah sehingga keperluan berbelanja untuk memenuhi konsumsi sehari-hari dan diperkuat oleh Utiah dkk. (2021) menjelaskan bahwa jenis kelamin perempuan mendominasi disebabkan karena yang memiliki peran paling besar pada keputusan belanja bulanan adalah perempuan. Tingkat pendidikan didominasi oleh tamatan SMA/SLTA/SMK/Sederajat, pekerjaan paling banyak sebagai ibu rumah tangga, guru PAUD/TK dan guru TPA. Tingkat konsumsi paling banyak sebesar 1-1,5 kg dan dalam 1 minggu frekuensi pembelian sebanyak 1-3 kali dalam waktu 1 minggu. Menurut (Batubara & Ariani, 2018; Christian & Ariani, 2018; James et al., 2018) hingga saat ini pola konsumsi pangan masyarakat Indonesia secara umum masih didominasi oleh pangan sumber karbohidrat atau pangan nabati. Pada tahun 2014, konsumsi protein nabati masih dominan yaitu 68,9% dari total protein, yang berarti konsumsi protein hewani sekitar 31,1%. Keadaan enam tahun lalu lebih buruk, yaitu konsumsi protein hewani hanya

26,6% dari total konsumsi protein.

a. Analisis Faktor

Analisis pada prinsipnya digunakan untuk meringkas sejumlah komponen menjadi lebih sedikit dan menamakannya faktor. Dalam analisis ini komponen disajikan dalam bentuk yang lebih sederhana. Hasil analisis faktor setelah di analisis seperti di tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Faktor

Keterangan	Loading faktor		
	1	2	3
Indeks 1.			
X2.2 (Harga Produk)	0,610		
X2.4 (Lokasi Pasar)	0,766		
X3.1 (Fisiologis)	0,726		
X4.2 (Referensial)	0,702		
X4.3 (Preferensial)	0,691		
Indeks 2.			
X1.3 (Mencuci tangan)		0,756	
X2.1 (Produk)		0,750	
X4.1 (Transaksional)		0,564	
X4.4 (Eksploratif)		0,518	
Indeks 3			
X2.3 (Promosi)			0,674
X3.2 (Rasa aman)			0,518
X3.3 (Aktualisasi diri)			0,564
Variance (%)	33,787	14,371	10,764

Berdasarkan hasil analisis faktor pada tabel 2 telah diketahui bahwa terbentuk 3 faktor baru. Faktor-faktor yang terbentuk akan diberi nama baru berdasarkan item variabel pembentuknya. Item variabel yang terkumpul memiliki nilai variabel loading berbeda-beda yaitu untuk melihat korelasi atau hubungan kuat ataupun lemah terhadap faktor-faktor yang terbentuk.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel predictor terhadap variabel kriteriumnya. Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini terdiri dari Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3), Minat (X4) terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Pengujian dapat dilihat di tabel 3 dan 4.

Tabel 3. Hasil uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstardarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1. (Constant)	1,034	0,728		1,420	0,159	
Protokol Kesehatan (X1)	0,052	0,022	0,126	2,305	0,023	**
Bauran Pemasaran (X2)	0,199	0,027	0,470	7,268	0,000	**

Tabel 4. Lanjutan Tabel 3

Kebutuhan (X3)	0,201	0,035	0,384	5,800	0,000	**
Minat (X4)	0,063	0,048	0,090	1,318	0,191	*

Hasil penelitian pada tabel 3, menunjukkan persamaan regresi yaitu:

$$Y = 1,034 + 0,052 X_1 + 0,199 X_2 + 0,201 X_3 + 0,063 X_4 \quad (1)$$

Interpretasi model regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,034 menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif, yang artinya apabila tidak dapat kontribusi variabel Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3) dan Minat Pembelian (X4) akan bernilai 1,034.
2. Koefisien regresi variabel Protokol Kesehatan (X1) sebesar 0,052 = artinya, besarnya koefisien variabel Protokol Kesehatan (X2) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Protokol Kesehatan (X2) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,052 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Bauran Pemasaran, Kebutuhan dan Minat pembelian).
3. Koefisien regresi variabel Bauran Pemasaran (X2) sebesar 0,199 = artinya, besarnya koefisien variabel Bauran Pemasaran (X2) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Bauran Pemasaran (X2) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,199 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Kebutuhan dan Minat).
4. Koefisien regresi variabel Kebutuhan (X3) sebesar 0,201= artinya, besarnya koefisien variabel Kebutuhan (X3) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Kebutuhan (X3) sebesar 1%, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,201 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Minat Pembelian).
5. Koefisien regresi variabel Minat Pembelian (X4) sebesar 0,063 = artinya, besarnya koefisien variabel Minat Pembelian (X4) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Minat Pembelian (X4) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,063 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Protokol Kesehatan, Kebutuhan dan Minat).

c. Pengujian Hipotesis Uji F/Simultan

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh simultan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji F/Simultan

Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181,364	4	45,341	69,714	0,000

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 36, diperoleh F_{hitung} sebesar 69,714 (Sig F + 0,000). F_{tabel} pada taraf nyata 5% dengan derajat bebas 4 dan 99 sebesar 2,460, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($69,714 > 2,460$) dan Sig. F < 5% ($0,000 < 0,05$) maka H_1 diterima H_0 ditolak dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3) dan Minat Pembelian (X4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

d. Uji t/Parsial

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Variabel independen pembentuk model regresi dikatakan berpengaruh signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikan < $\alpha = 0,05$. Pengujian model regresi secara parsial pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji t/Parsial

Variabel Bebas	Thitung	Sig. t	T tabel	Keterangan
Protokol Kesehatan (X1)	2,305	0,023	1,984	Signifikan
Bauran Pemasaran (X2)	7,268	0,000	1,984	Signifikan
Kebutuhan (X3)	5,800	0,000	1,984	Signifikan

Minat (X4)	1,318	0,191	1,984	Tidak Signifikan
------------	-------	-------	-------	------------------

- Pengujian hipotesis pengaruh variabel Protokol Kesehatan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh t_{hitung} sebesar 2,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,023. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,305 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel Protokol Kesehatan (X1) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- Pengujian hipotesis pengaruh variabel Bauran Pemasaran (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh t_{hitung} sebesar 7,268 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar dari pada t_{tabel} ($7,268 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel Bauran Pemasaran (X2) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- Pengujian hipotesis pengaruh variabel Kebutuhan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh t_{hitung} sebesar 5,800 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih besar dari pada t_{tabel} ($5,800 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel Kebutuhan (X3) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- Pengujian hipotesis pengaruh variabel Minat Pembelian (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh t_{hitung} sebesar 1,318 dengan nilai signifikansi sebesar 0,191. Nilai statistik uji t_{hitung} tersebut lebih kecil dari pada t_{tabel} ($1,318 < 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel Minat Pembelian (X4) secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Penelitian kali ini keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan. Hal ini dikarenakan para konsumen secara fisiologis konsumen membutuhkan untuk mengkonsumsi daging ayam untuk kebutuhan sehari-hari di tengah pandemi covid-19 dan lebih memilih daging ayam untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan pertimbangan daging ayam lebih mudah dijumpai. Para konsumen juga lebih memilih membeli daging ayam secara langsung karena bisa terjadinya proses tawar menawar, lalu produk daging ayam juga memiliki nilai dan manfaat. Konsumen merasa yakin membeli daging ayam dengan kondisi pandemi covid-19 untuk memenuhi kebutuhan nutrisi dengan menjaga kesehatan dan imunitas tubuh. Namun, pada penelitian kali ini minat pembelian tidak mempengaruhi keputusan pembelian, dikarenakan terdapatnya konsumen sebagai responden yang masih memilih daging lain untuk memenuhi kebutuhan di saat pandemi Covid-19 berlangsung.

Saran

Adapun saran yang disampaikan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Semoga para konsumen lebih memahami dan pengetahuan dalam pembelian daging ayam sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

1. Bagi Penjual

Diharapkan kepada penjual agar menawarkan barangnya lebih selektif dan baik dalam penjualan daging ayam demi kelancaran usahanya.

5.2.1. Bagi Pembeli

Diharapkan selalu berpikiran positif dan selalu mencari informasi-informasi

yang bermanfaat dari media sosial maupun informasi lainnya sehingga mampu memilih dalam pembelian daging yang baik.

Daftar Pustaka

- Amin, F. M. 2018. Identifikasi citra daging ayam berformalin menggunakan metode fitur tekstur dan k-nearest neighbor (K-NN). *Jurnal Matematika "MANTIK"*, 4(1), 68–74.
- Amin, Faizal, & Ananda, R. A. 2018. Kedatangan dan Penyebaran Islam di Asia Tenggara: Telaah Teoritik tentang Proses Islamisasi Nusantara. *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*, 18(2), 67–100.
- Amin, Fatmawati, Paransa, D. S. J., Ompi, M., Mantiri, D. M. H., Boneka, F. B., & Kalesaran, O. 2021. Identifikasi morfologi dan keanekaragaman kepiting pada timbunan berbatu di Pantai Pesisir Malalayang Dua Kota Manado. *Jurnal Pesisir Dan Laut Tropis*, 9(3), 123–132.
- Apriliani, F. T., Wibowo, H., Humaedi, S., & Irfan, M. 2020. Model Keberfungsian Sosial Masyarakat Pada Kehidupan Normal Baru. *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 2(2), 133–141.
- Batubara, H. H., & Ariani, D. N. 2018. Implementasi Program Gerakan Literasi Sekolah di Sekolah Dasar Negeri Gugus Sungai Miai Banjarmasin. *JPSd (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*, 4(1), 15–29.
- Burton, N. 2017. *An Analysis of Charles P. Kindleberger's Manias, Panics, and Crashes: A History of Financial Crises*. Macat Library.
- Chen, C.-Y., Yeh, K.-L., Aisyah, R., Lee, D.-J., & Chang, J.-S. 2011. Cultivation, photobioreactor design and harvesting of microalgae for biodiesel production: a critical review. *Bioresource Technology*, 102(1), 71–81.
- Christian, A., & Ariani, F. 2018. Rancang Bangun Sistem Informasi Peminjaman Perangkat Demo Video Conference Berbasis Web Dengan Model Waterfall. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 14(1), 131–136.
- Danang, D., Mustika, W. P., & Merdekawati, A. 2020. Pemilihan Aplikasi Meeting Online Untuk Mendukung Work From Home Menggunakan Metode AHP. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 4(2), 533–544.
- Dharmmesta, B. S. 2000. Perilaku mencoba beli: Sebuah kajian analitis model bagozzi-warshaw untuk panduan peneliti. *Journal of Indonesian Economy and Business (JIEB)*, 15(4), 453–470.
- Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. 2018. Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website. *Fountain of Informatics Journal*, 3(1), 5–11.
- Hardana, A. 2022. Pengaruh investasi aktiva tetap, modal kerja dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada PT. Charoen pokphand indonesia TBK. *Al-Bay': Journal of Sharia Economic and Business*, 1(1).
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. 2022a. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2).
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. 2022b. Pengaruh Rasio Keuangan Pemerintah Daerah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 1192–1201.
- James, S. L., Abate, D., Abate, K. H., Abay, S. M., Abbafati, C., Abbasi, N., Abbastabar, H.,

- Abd-Allah, F., Abdela, J., & Abdelalim, A. 2018. Global, regional, and national incidence, prevalence, and years lived with disability for 354 diseases and injuries for 195 countries and territories, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *The Lancet*, 392(10159), 1789–1858.
- Mania, H., Pan, X., Papailiopoulos, D., Recht, B., Ramchandran, K., & Jordan, M. I. 2017. Perturbed iterate analysis for asynchronous stochastic optimization. *SIAM Journal on Optimization*, 27(4), 2202–2229.
- Meyer, M., Palkopoulou, E., Baleka, S., Stiller, M., Penkman, K. E. H., Alt, K. W., Ishida, Y., Mania, D., Mallick, S., & Meijer, T. 2017. Palaeogenomes of Eurasian straight-tusked elephants challenge the current view of elephant evolution. *Elife*, 6, e25413.
- Riana, L. F., Sari, I. A., & Setyawan, D. F. 2021. Partisipasi Siswa pada Pembelajaran Daring Mata Pelajaran Ekonomi Kelas 12 IPS di SMA N 1 Singorojo Kabupaten Kendal. *Spirit Edukasia*, 37–46.
- Saraswati, R., Ristyawati, A., & Basworo, R. S. 2020. Recent developments and changes in the governance of regional legal products in Indonesia: Supervision, evaluation and clarification mechanisms. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(7), 1–9.
- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. 2022. *Metode Penelitian EKonomi dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group.
- Siringoringo, H., Dharmmesta, B. S., & Sugiharto, T. 2009. Model Pengaruh Persepsi akan Toko Ritel Modern pada Pengalaman Berbelanja. *E-Journal Gunadarma*, 1(1), 1–11.
- Suharto, M., Wibowo, A. A., & Suharti, P. H. 2020. Optimasi Pemurnian Etanol dengan Distilasi Ekstraktif Menggunakan ChemCAD. *Jurnal Teknologi Separasi*, 6(1), 1–7.
- Wanti, F. K. P. 2012. Kemampuan laba bersih, arus kas operasi, dan rasio piutang untuk mempengaruhi arus kas masa mendatang pada perusahaan food and beverage di BEI. *Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 1(3), 36–41.
- Yuliawati, D. R. 2021. Optimalisasi Aplikasi Whatsapp dan Google Meet Untuk Penyampaian Materi Pada Pembelajaran Jarak Jauh. *WASIS: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(1), 62–67.