

Strategi Pemilihan Tempat Belanja Masyarakat untuk Memenuhi Kebutuhan Keluarga

Rustomo¹, Kaffah Imanudin², Twin Meilisa Gitasari³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pertiwi Bekasi, Indonesia

Abstrak

Dalam pemenuhan kebutuhan keluarga harus dapat mengedepankan strategi dalam memilih tempat belanjanya. Tujuan penelitian ini mencari hubungan dan pengaruh dan mengetahui seberapa besar warga RW 05 Kampung Baru I, Kelurahan Halim Perdana Kusuma, Kecamatan Makasar, Jakarta Timur, dalam pemilihan tempat belanja baik dengan metode online maupun offline atau warung sebelah. Dengan menggunakan metode kuantitatif untuk menentukan tingkat signifikan atas pemilihan tempat belanja terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga. Bahwa warga sebagian besar memilih belanja dengan cara online dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Keputusan untuk belanja pada warung sebelah masih belum dilirik oleh warga disekitarnya. Kehati-hatian dalam memilih barang dan tempat belanja online harus lebih cermat, mengingat barang dan tempat belum diketahui secara utuh oleh warga belanja.

Kata Kunci: *Strategi Memilih, Tempat Belanja, Pemenuhan Kebutuhan*

Abstract

In order to fulfill the needs of the family, you must be able to prioritize strategies in choosing where to shop. The aim of this research is to look for relationships and influences and find out how much the residents of RW 05 Kampung Baru I, Halim Perdana Kusuma Village, Makasar District, East Jakarta, are involved in choosing a place to shop either online or offline or at the shop next door. By using quantitative methods to determine the significant level of choosing a shopping place to fulfill family needs. That most residents choose to shop online to fulfill their daily needs. The decision to shop at the shop next door, still not been noticed by the local residents. You have to be more careful when choosing goods and places to shop online, remembering that the goods and places not fully known to the shopping public.

Keywords: *Choosing Strategy, Shopping Place, Fulfillment of Needs*

Copyright (c) 2024 Twin Meilisa Gitasari

✉ Corresponding author :

Email Address : 19120278@pertiwi.ac.id

PENDAHULUAN

Kebutuhan baik perorangan maupun pada suatu keluarga untuk segera di lengkapi secara cepat dan mudah di era baru ini sangat dimungkinkan. Manajemen menjadi tonggak awal perubahan dari berbagai bidang, dimana gelombang disrupsi

akibat perkembangan teknologi digital juga dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen dalam memilih sebuah produk. Hal terpenting adalah adanya perubahan generasi yang kian mendominasi market, membuat pilihan konsumen akan sebuah produk menjadi benar-benar berubah. Bahwa dampak hadirnya marketplace sebagai tempat belanja online, sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk, konsumen akan terlebih dahulu melakukan review.

Perkembangan tempat belanja semakin meningkat dari tahun ke tahun yang disesuaikan dengan kebutuhan manusia. Menurut Rut, (<https://investasi.kontan.co.id/news/jumlah-gerai>) persaingan sengit untuk mempersempit kesenjangan dengan Indomaret dalam hal jumlah toko, menjadikannya minimarket terbesar kedua setelah Indomaret. Menurut data dihimpun Nielsen, jumlah gerai Indomaret mencapai 21.890 per Juni 2023, lebih tinggi dari Desember 2022 sebanyak 21.125. Sementara jumlah toko yang dimiliki Alfamart sebanyak 18.435 pada Juni 2023 dan 17.813 toko pada 2022. Untuk toko yang dimiliki Alfamidi MIDI sebanyak 2.153 di Juni 2023 dan 2.130 di 2022.

Sebagai informasi, 3,5 juta warung di Indonesia mewakili 70 persen dari penjualan di pasar grosir yang bernilai USD 257 miliar, meski ada persaingan dari pengecer besar seperti Indomart group dan Alfamart group. Karenanya, warung merupakan bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di Indonesia dan tetap penting bagi perekonomian lokal maupun nasional. Juni 2022 - Juni 2023 warung mulai tergerus 12% dengan kebijakan hadirnya toko ritel di plosok pedesaan.

Beragam toko online atau e-commerce tetap melayani sepenuh hati. Tidak perlu lagi datang ke bank atau mengirim uang via pos, semua aktivitas ini bisa dilakukan hanya melalui smartphone, kini aktivitas tidak lagi dibatasi oleh waktu. Dimanjakan dengan berbagai kemudahan membentuk gaya hidup dan pola hidup masyarakat di era baru ini, Menurut Hawkins, Best dan Coney dalam (Mashur Razak, 2016:57), gaya hidup seseorang mempengaruhi perilaku pembelian yang dapat menentukan banyak keputusan konsumsi perorangan serta dapat berubah karena pengaruh lingkungan.

Dalam penelitian (Handayani, 2022) Dewasa ini pasar modern lebih dipertimbangkan oleh masyarakat. Sudah menjadi hal biasa bahwa keberadaan pasar modern menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang di masyarakat kita. Tidak hanya di Kota Metropolitan tetapi sudah merambah sampai kota kecil di tanah air. Dan penelitian (Dian Kurniawan, 2022), keberadaan toko fisik mulai menguat usaha mikro kecil menengah di Indonesia, khususnya pedagang warung dan toko kelontong makin berkembang pesat dalam beberapa tahun ini.

Pilihan masyarakat atas pemenuhan kebutuhan dengan seiring perkembangan jaman maka wajib memiliki literasi dan kemampuan untuk mengendalikan keuangan yang dimiliki. Agus Ariyanto, dalam artikel perilaku konsumen di era digital, keunggulan dalam menjaga kualitas produk dan layanan yang terbaik kepada pelanggan pada web <https://infobrand.id/perilaku-konsumen-di-era-digital.phtml> yaitu:

- 1) Membandingkan Kualitas dengan Melihat Review, seperti yang kerap kita lakukan, sebagian besar konsumen saat ini akan mencari tahu mengenai kualitas dari produk yang dibutuhkan dari review yang ada di internet. Biasanya mereka akan memanfaatkan halaman pencarian Google, media sosial,

- atau kolom testimonial yang terdapat pada toko online Anda. Oleh karena itu, untuk bisa lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor, pastikan Anda selalu menjaga kualitas produk dan layanan yang terbaik kepada pelanggan.
- 2) Tidak Mau Ribet, harga murah tidak lagi menjadi satu-satunya daya tarik pelanggan. Bisa jadi kemudahan dalam pemesanan dan metode pembayaran lebih disukai oleh konsumen. Tren pembayaran cashless atau non-tunai tengah naik daun, mengharuskan setiap pedagang menyediakan pembayaran yang lebih mudah. Fitur-fitur canggih yang ada pada sistem kasir online akan mempersingkat waktu pemesanan, menyediakan metode pembayaran yang mudah.
 - 3) Membeli Sesuai dengan Kebutuhan atau Permintaan, banyaknya penjual yang memberikan produk yang mudah dimodifikasi sesuai selera konsumen mendorong meningkatnya tren produk sesuai dengan kebutuhan atau keinginan. Karena itu menghadirkan produk sesuai dengan permintaan atau on demand menjadi keunggulan. Misalnya, ketika brand usaha menyediakan menu ayam panggang dengan berbagai macam level kepedasan atau jumlah potongan. Melalui produk atau layanan yang telah 'disesuaikan' dengan kebutuhan pelanggan, konsumen bisa memberikan kepuasan tersendiri sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan tersebut.
 - 4) Selalu Update Style, melalui internet informasi menyebar dengan sangat cepat. Hal itu ternyata berimbas pada perubahan tren yang juga terjadi dengan sangat cepat. Internet juga kerap kali membuat sebuah tren menjadi trending, yang mendorong konsumen untuk mengikuti tren yang tengah terjadi, terlebih generasi milenial yang cenderung selalu ingin terlihat up-to-date. Dengan perilaku konsumen yang semakin berbeda, sebagai pengusaha ataupun pemilik brand owner perlu menentukan strategi pemasaran secara tepat.

Perilaku konsumen (consumer behavior) adalah bidang ilmu yang mempelajari bagaimana cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka (Kotler, 2005), selanjutnya Craig-Less, Joy & Browne, dalam (Mashur Razak, 2016:57) perilaku konsumen merupakan aktivitas individu, perilaku konsumen dalam pencarian, pengevaluasian, pemerolehan, pengonsumsi dan penghentian pemakaian barang dan jasa.

Tabel 1. Data Penghuni RW 05 Kampung Baru I, Halim Perdana Kusuma

No	Rukun Tetangga	Pekerjaan				Usia KK (tahun)			Jumlah KK
		PNS	PT	Dagang	Lainnya	25-35	35-45	45-60	
1	RT 06	2	8	6	4	6	8	6	20
2	RT 07	1	4	10	5	5	10	5	20
3	RT 10	2	15	2	1	6	9	5	20
Total KK									60

Data di atas menunjukkan bahwa Kampung Baru 1 RW 05, Halim Perdana Kusuma, Kec. Makasar, Jakarta Timur terdiri dari 3 Rukun Tetangga dan jumlah

penghuni terdiri dari 60 unit rumah dan jumlah kepala keluarga yang sama. Dalam sela – sela diskusi penguatan ekonomi dan UMKM di Kelurahan Halim Perdana Kusumah, disampaikan oleh Tatang Wahyudin bahwa Kampung Baru I harus memperbanyak usaha – usaha lokal yang di prakarsai oleh masyarakat dan dilanjutkan oleh Heru Setiawan sebagai Lurah Halim Perdana Kusuma akan mendorong secara masif agar usaha – usaha kecil tidak kalah dengan para pendatang baru yang membuka toko – toko skala ritel bukan milik lokal, pemanfaatan dan minat belanja warga Kampung Baru I, harus memprioritaskan warung-warung disekitarnya.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan sehari-hari maka suatu keluarga harus dapat mengatur regulasi keuangan atas pendapatan yang ada. Pengertian pendapatan menurut Ilmu Ekonomi menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pengertian pendapatan menurut Ilmu Ekonomi adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi, (Vaula Rhesy Modompit, 2020). Dan manajemen pendapatan adalah merencanakan kegiatan dengan seni yang harus dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuannya. (Moh. Natsir, 2022), Perencanaan merupakan proses penetapan tujuan, strategi pencapaian tujuan serta langkah-langkah teknis yang dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat tercapai, dengan efektif dan efisien. Orang sering tidak menyadari betapa pentingnya perencanaan tersebut dan cenderung melakukan sesuatu tanpa perencanaan. Menurut Ramdani (2021) dalam (Muhamad Syahwildan, 2022) perubahan yang signifikan pada perekonomian akan berimbas pada pola perilaku keuangan seseorang.

Maslow, Notoatmodjo (1998:4) dalam (Bukit, 2017:5-8) mengklasifikasikan kebutuhan manusia dalam hierarki kebutuhan, 1. Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan dasar bagi manusia berupa pangan (makan), sandang (pakaian), dan papan (perumahan) adalah manifestasi dari kebutuhan pokok fisiologis setiap manusia. Dalam mencapai kebutuhan tersebut, setiap individu harus bekerja dan meningkatkan kemampuannya, 2. Kebutuhan rasa aman secara naluri, manusia membutuhkan rasa aman dan karenanya, manusia ingin bebas dari segala bentuk ancaman, 3. Kebutuhan sosial hidup berkelompok merupakan kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial. Oleh sebab itu, di dalam suatu masyarakat setiap orang adalah bagian atau anggota dari kelompok atau organisasi, 4. Kebutuhan pengakuan dan penghargaan pada hakikatnya setiap manusia ingin dihargai dan memperoleh pengakuan dari orang lain, kelompoknya atau dari luar kelompoknya, 5. Kebutuhan akan kesempatan mengembangkan diri kebutuhan untuk mengembangkan diri merupakan kebutuhan yang paling tinggi bagi setiap orang, melalui pendidikan yang lebih tinggi atau pelatihan-pelatihan peningkatan kemampuan, 6. Peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku.

Keluarga adalah unit organisasi terkecil yang ada di masyarakat, bahwa keluarga adalah suatu sistem norma dan tata cara yang diterima untuk menyelesaikan sejumlah tugas penting. Beberapa istilah/definisi tentang keluarga yaitu (1) suatu kelompok yang mempunyai nenek moyang, (2) suatu kelompok kekerabatan yang disatukan oleh darah atau perkawinan; (3) pasangan perkawinan dengan anak atau tanpa anak.

Komposisi kelompok keluarga pada umumnya di bagi dalam: 1. Conjugal family atau keluarga batin atau nuclear family, yaitu keluarga karena pertalian perkawinan atau kehidupan suami istri dan anak atau tanpa anak. 2. Extended family atau keluarga luas yaitu keluarga batih berikut kerabat lain dengan siapa hubungan baik dipelihara. 3. Consanguine family yaitu keluarga hubungan sedarah dan tidak berdasarkan pertalian kehidupan suami istri, melainkan pada pertalian darah dari sejumlah orang kerabat. 4. Perkawinan neolokal yaitu pasangan suami-istri tinggal bersama keluarga suami. 5. Perkawinan matrilineal, yaitu pasangan suami-istri tinggal bersama keluarga istri. Dan beberapa istilah / definisi tentang keluarga yaitu (1) suatu kelompok yang mempunyai nenek moyang, (2) suatu kelompok kekerabatan yang disatukan oleh darah atau perkawinan; (3) pasangan perkawinan dengan anak atau tanpa anak.

Rumah tangga merupakan konsumen atau pemakai barang dan jasa sekaligus juga pemilik faktor-faktor produksi tenaga kerja, lahan, modal dan kewirausahaan. Rumah tangga menjual atau mengelola faktor-faktor produksi tersebut untuk memperoleh balas jasa. Ada dua cara penggunaan pendapatan. Pertama, membelanjakannya untuk barang-barang konsumsi. Kedua, tidak membelanjakannya seperti ditabung. Pengeluaran konsumsi dilakukan untuk mempertahankan taraf hidup.

Apabila penerimaan rumah tangga dikurangi dengan pengeluaran untuk konsumsi dan untuk transfer, maka diperoleh nilai tabungan rumah tangga. Kalau perilaku konsumsi memperlihatkan dasar pendapatan yang dibelanjakan, maka tabungan adalah merupakan unsur penting dalam proses pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Tabungan memungkinkan terciptanya modal yang dapat memperbesar kapasitas produksi perekonomian. Untuk dapat melihat apa yang dilakukan rumah tangga responden atas tabungannya dibutuhkan data tabungan seperti yang disimpan di bank atau koperasi, jumlah investasi, serta transaksi keuangan lainnya. Kenyataannya, selisih penerimaan dengan pengeluaran rumah tangga responden ada yang negatif (defisit), sehingga dalam membiayai pengeluaran dan investasinya diperlukan pinjaman (hutang), maka rumah tanggapun ada yang berhutang, dan ada yang meminjamkan uang (piutang).

Maka dapat diduga bahwa H_0 : tidak ada pengaruh pemilihan tempat belanja berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga RW 05 Kampung Baru I, Kelurahan Halim Perdana Kusuma, Kecamatan Makasar, Jakarta Timur, dan diduga H_a : bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pemilihan tempat belanja terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga di RW 05 Kampung Baru I, Kelurahan Halim Perdana Kusuma, Kecamatan Makasar, Jakarta Timur.

METODOLOGI

Penelitian ini penelitian kuantitatif korelasional merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status atau gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Menggambarkan apa adanya tentang sesuatu variabel, gejala, atau keadaan, dengan metode kuantitatif pada studi kasus, (Hikmawati, 2020:88). Penelitian dilakukan di RW 05 Kampung Baru I, Kelurahan Halim Perdana Kusuma, Kecamatan Makasar, Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan terhitung dari bulan Juli 2023 sampai Januari 2024. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dengan skala

linket dengan pilihan sangat amat tidak setuju (1) sampai dengan (5) sangat amat setuju kepada 60 responden. Jumlah pernyataan pada konstruk kuesioner pada variabel bebas (independent variable) sebanyak 14 pernyataan, dan variabel terikat (dependent variable) sebanyak 10 pernyataan. Teknik pengumpulan data nonprobability sampling dimana pengambilan sampel tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel. Dengan teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel yang diambil dari seluruh populasi, yaitu seluruh responden yang ada dalam wilayah populasi di satu RW dengan peneliti dapat di gunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan di temui itu cocok sebagai sumber data, (Muhyi & dkk, 42:2018).

Uji instrument dengan menentukan uji validitas dan reliabilitas serta analisa data menentukan hubungan dan pengaruh. Kotribusi atas variabel ditentukan atas hasil korelasi pada variabel bebas terhadap variabel terikat. Serta menjawab atas hipotesis sebagai jawaban atas signifikansi pengaruh 2 variabel bebas dan terikat.

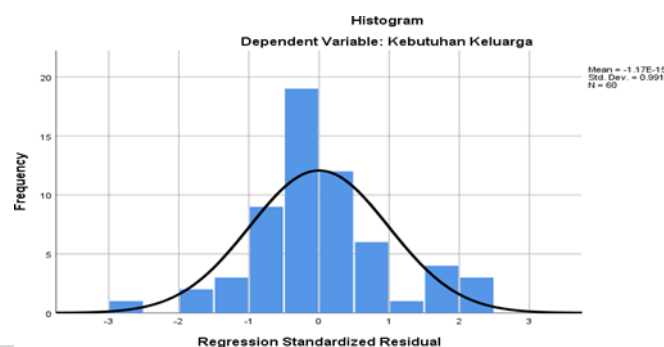
HASIL DAN PEMBAHASAN

Era baru dalam dunia digitalisasi memanjakan setiap pengguna dalam berbagai perspektif, terutama dalam memanjakan memenuhi kebutuhan atas rumah tangga. Kebutuhan sehari – hari, subjek kebutuhan dan intensitas kebutuhan yang harus dapat diatur secara cermat. Perlu kecerdasan terutama ibu rumah tangga dalam memilih tempat belanja. Tren era digitalisasi dengan fasilitas internet dan handphone sebagai alat belanja. Dengan modal satu jari, apa yang dipikirkan dan apa pula yang dibutuhkan siap diantar.

Puluhan warung offline disekitar Kampung Baru 1 RW 05, Halim Perdana Kusuma, Kec. Makasar, Jakarta Timur, dengan pesaing toko/warung online juga dapat menjadikan pilihan bagi warga sekitarnya. Hasil data primer dengan menggunakan kuesioner menunjukkan bahwa pilihan tempat belanja dalam pemenuhan kebutuhan keluarga adalah:

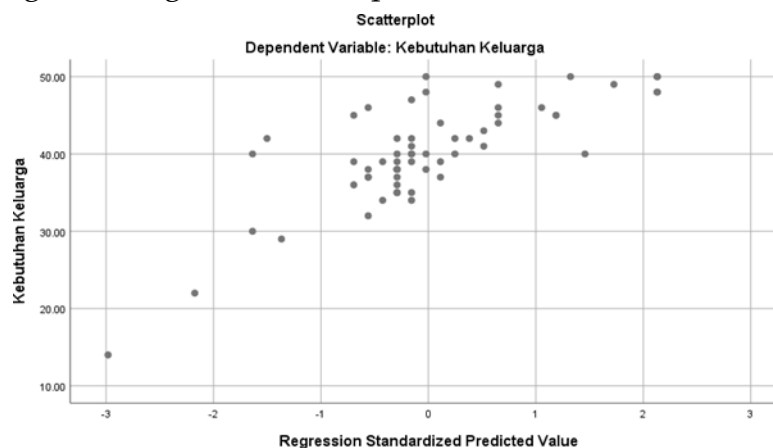
- 1) Jumlah kuesioner yang dapat terkumpul dalam lima hari sebanyak 60 responden aktif pada Kampung Baru 1 RW 05, Halim Perdana Kusuma, Kec. Makasar, Jakarta Timur yang terdiri dari tiga Rukun Tetangga.
- 2) Pernyataan skala linket pada pernyataan variabel pemilihan tempat belanja (X) sebanyak 14 pernyataan dan variabel pemenuhan kebutuhan (Y) sebanyak 10 pernyataan.

Pada gambar uji histogram dan uji P-P Plot pada model regresi. Bahwa grafik histogram pada gambar 1, memberikan pola distribusi melenceng ke kanan dengan keputusan data berdistribusi normal. Selanjutnya pada gambar 2, P-P Plot gambar titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya dengan kesimpulan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Uji Histogram**Gambar 2. Uji P-P Plot**

Selanjutnya pada uji heteroskesastistas, dapat dilihat pada gambar 3, dimana output scatterplots menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, dan tidak mengumpul pada satu tempat, serta tidak membentuk pola gelombang dan tidak terpola.

**Gambar 3. Uji Heteroskesastistas**

Uji instrument dengan dua uji validitas dan reliabelitas, dimana uji validitas seluruh pernyataan baik pada variabel Independent (X) dengan 14 pernyataan dan variabel dependent (Y) 10 pernyataan hasil rata-rata di atas $R_{tabel} = 0.254$ pada 60 responden yang terambil. Dengan keputusan bahwa data dinyatakan akurat dan konsisten pada penelitian ini.

Hubungan dan pengaruh secara parsial atas indikator variabel X (pilihan tempat belanja) dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2. Hubungan Parsial

Hubungan indikator kebutuhan sehari-hari, subjek kebutuhan dan intensitas kebutuhan	Model	Toko Online	Toko Offline
Hubungan	R	0,712	0,594
	Keputusan	71.20%	59.40%
Kontribusi	R Square	0,508	0,352
	Keputusan	50.80%	35.20%

Bahwa warga Kampung Baru 1 RW 05, Halim Perdana Kusuma, Kec. Makasar, Jakarta Timur masih memilih belanja dengan fasilitas online sebesar 71.2% dengan kontribusi toko online terhadap pemenuhan kebutuhan warga sebesar 50.8%. Dan warga memilih belanja dengan fasilitas warung/toko offline sebesar 35.2% dan sisanya dipengaruhi oleh toko lainnya yang tidak diteliti. Pengaruh atas dua variabel dependen dan independen pada model Coefficients dapat di lihat pada tabel 4:

Table 3. Pengaruh Atas Dua Variabel Dependen dan Independen Pada Model

Coefficients^a

Model	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.877	4.060		.709	.481
Pilihan Tempat Belanja	.690	.074	.773	9.289	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Keluarga

Pilihan tempat belanja terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga lebih kecil dari alfa $0.05 < 0.000$ maka keputusan bahwa pengaruh dua variabel tersebut signifikan. Dan nilai uji Thitung sebesar 9.289 lebih besar dari Ttabel = 2.000, bahwa menolak H_0 dan menerima H_a .

SIMPULAN

Kemajuan teknologi digital sangat mempengaruhi pola belanja pada warga masyarakat yang sudah melek teknologi. Kehadiran toko online yang berbasis electronic commerce atau e-commerce adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet). Sarana tersebut membawa kemudahan dan kecepatan serta menghemat waktu para pelanggan yang memiliki keterbatasan waktu dan tenaga.

Warga Kampung Baru 1 RW 05, Halim Perdana Kusuma, Kec. Makasar, Jakarta Timur telah mengikuti belanja online dalam menjajagkan uangnya untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Kebutuhan sehari-hari menjadi trend warga dengan berbagai pilihan dan penghematan. Warung/toko offline yang ada disekitar warga terdekat bukan pilihan yang khusus untuk pemenuhan kebutuhan keluarga. Jika kita ingat

akan barang yang senyatanya dilihat dan di rasakan saat itu adalah belanja langsung ke warung.

Mayoritas warga Kampung Baru 1 RW 05, Halim Perdana Kusuma, Kec. Makasar, Jakarta Timur tetap mengedepankan kehati-hatian dalam memilih belanja secara online, untuk menghindari kekecewaan. Cermat memilih barang dan tempat belanja dalam rangka pemenuhan kebutuhan keluarga adalah hal terpenting. Sebaiknya memanfaatkan warung sebelah dalam rangka memajukan perekonomian setempat, sehingga warung/toko offline bisa maju sejalan dengan perkembangan digitalisasi.

Referensi :

- Abu Bakar. (2020). Analisis Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Indeks Pembangunan manusia Kabupaten Mimika. *Jurnal Kritis, STIE Jambatan Bulan*, 4(Vol 4 No 2), 24.
- Astiningrum Oktavia. (2021). Analisis Gaji, Tunjangan Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Otonomi, Universitas Islam Kadiri*, 21(Vol 21 No 1), 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.32503/otonomi.v21i1.1604>
- BPS Indonesia. (2022). Tingkat Konsumsi Masyarakat Indonesia. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/subject/5/konsumsi-dan-pengeluaran.html>
- Bukit, B. (2017). *Manajemen Sumber Daya manusia* (T. Malusa (ed.); Pertama). Zahir Publishing.
- Dian Kurniawan. (2022). Kehadiran 3,6 Juta Toko Kelontong Bawa Berkah Bagi Ekonomi Indonesia.
- Gusti Bintang K. (2022). Warung Online. Artikel Mediaini.com, 3.
- Handayani. (2022). Pasar Modern Makin Menjadi Pilihan. Portal Berita, Universitas Pendidikan Bandung, 2.
- Mashur Razak. (2016). *Perilaku Konsumen* (Mutmainnah (ed.); Cetakan I). Alauddin University Press.
- Maulan, R., & Muhammad Musa. (2021). Factors affecting community's interest to shopping at 212 Mart. *Jurnal Er-arba, Universitas Islam As-Syafiyah*, Vol 5 No 1, 15.
- Maulana, S., & et.al. (2022). Perbandingan Konsumtif Ibu Rumah Tangga Terhadap Minat Berbelanja antara Pasar Tradisional dan Modern Selama Pandemi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 14 No, 7.
- Moh. Natsir. (2022). *Perencanaan Keuangan Pribadi* (Tirta Sagara (ed.); Literasi k). OJK Jakarta.
- Muhamad Syahwildan. (2022). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Jurnal PELITA Manajemen, Universitas Pelita Bangsa*, 1(Vol 1 No 1), 10.
- Nata. (2021). Peran toko fisik di tengah digitalisasi bisnis online di Indonesia. *Nataconnexindo.com*, Tangerang, 2.
- Nitami Yuliatwati. (2019). Analisis Pengaruh Kebutuhan Ekonomi Keluarga Terhadap Pendapatan Tenaga Kerja Wanita. *Jurnal Economie, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya*, 01(Vol 01 No 1), 18.
- Nurul Qomariah. (2020). *Manajemen Sumber Daya manusia* (Teori, Aplikasi dan Studi Empiris) (N. Qomariah (ed.); Pertama). Pustaka Abadi.
- Ramli, M., & Apriyanto, M. (2020). *Manajemen Keuangan untuk Meningkatkan Perekonomian*

- Keluarga di Masa Pandemi COVID-19. Jurnal Bappeda Kabupaten Indragiri, 10(Vol 10 No 10), 8.
- Rd. Ajeng Adistya Medin. (2017). Pola speial pemilihan lokasi belanja kebutuhan primer penduduk Kecamatan Bogor Tengah. Jurnal Irons, Politeknik Bandung, Vol 2 No 2, 9.
- Reza Phalepi. (2021). Ritel dengan Nilai Konsumen Tertinggi di Indonesia pada 2021. Kata data.ac.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/10/indomaret-ritel-dengan-nilai-konsumen-tertinggi-di-indonesia-pada-2021>
- Singgih Santoso. (2010). Teknologi Komunikasi dan Informasi (SINGGIH Santoso (ed.); Buku Mater). Diterbitkan oleh Pusat Perbukuan Kementerian Pendidikan Nasional Tahun 2010.
- Sugiono. (2017). Metode penelitian pendidikan, pendekatan kuantitatif. intro (Sugiono (ed.)). Penerbit Alfabeta Bandung 2017.
- Vaula Rhesy Modompit, J. I. S. (2020). Analisis permintaan transportasi Gojek Online di Kota Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ruratulangi, Manado, 20(Vol 20 No. 03, 2020), 12.
- Vika Azkiya Dihn. (2022). Berapa Rata-rata Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Tiap Bulan? Databoks, 2.