

## Perubahan Tarif Ppn Terhadap Minat Beli Masyarakat

Febriani Cristina Susianti Magdalena<sup>1)</sup>

[Febriani.magdalena@ukrida.ac.id](mailto:Febriani.magdalena@ukrida.ac.id)

Lambok DR Tampubolon<sup>2)</sup>

[Lambok.ricardo@ukrida.ac.id](mailto:Lambok.ricardo@ukrida.ac.id)

<sup>1)2)</sup>Universitas Kristen Krida Wacana

### Abstrak

Percepatan pertumbuhan perekonomian dibutuhkan Indonesia pasca pandemic covid-19. Pemerintah mengesahkan Undang-undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, Undang-undang Nomor 7 tahun 2021, yang salah satunya melakukan perubahan pada tarif PPN. Penelitian ini bertujuan untuk melihat minat beli masyarakat akan kebutuhan pokok, pelengkap, harta tidak bergerak dan kendaraan dengan adanya perubahan tarif PPN. Penelitian ini menggunakan uji *Wilcoxon* dengan total 51 responden yang bekerja atau memiliki *background* akuntansi yang diharapkan dapat memahami perpajakan dan perencanaan keuangan pribadi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada minat beli masyarakat untuk sebelum dan sesudah perubahan tarif PPN, terdapat jumlah responden yang menurunkan minat belinya lebih besar dibandingkan yang meningkatkan minat belinya atau tetap bertahan saat terjadi perubahan PPN.

**Kata kunci:** UU HPP, PPN, Pajak, Minat Beli

## PENDAHULUAN

Pandemi covid 19 yang melanda Indonesia sejak Maret 2020 membawa pergolakan yang signifikan pada perekonomian Indonesia, Adanya pembatasan aktivitas yang menyebabkan banyak perusahaan yang mengalami kebangkrutan karena terganggunya proses distribusi baik untuk bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, hingga pemasaran barang dan jasa di dalam negeri dan ke berbagai negara. hal ini menyebabkan pengangguran dalam jumlah besar (Melati, 2023). Hal ini juga berdampak pada daya beli masyarakat cenderung yang menurun dan menahan uangnya karena pendapatan yang menurun sebagai akibat dari pemutusan hubungan kerja (PHK), penurunan gaji, dan penurunan omset usaha, serta ketidakpastian pendapatan di masa mendatang yang membuat masyarakat memilih menyimpan dananya, bahkan Indonesia sempat mengalami deflasi pada tahun 2020 karena permintaan yang lebih kecil dibandingkan dengan suplai (Kompas.com, 2020).

Pemerintah telah berupaya memulihkan perekonomian salah satunya dengan pemberian insentif pajak diantaranya Pajak penghasilan PPh pasal 21 untuk pegawai ditanggung pemerintah, penurunan tarif PPh final untuk penghasilan usaha dengan peredaran bruto tertentu, pembebasan PPh pasal 22 untuk impor barang yang dipungut dari devisa atau Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, Pengurangan bersarnya angsuran PPh Pasal 25, dan pengembalian pendahuluan kelebihan pembayaran pajak (Darono, 2021), Pemerintah juga berupaya untuk meningkatkan daya beli masyarakat dengan memberikan program subsidi dalam bentuk kartu Prakerja, penjaminan keedit dan subsidi bunga Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), serta bantuan lainnya (Setyowati, 2020),

Presiden Jokowi mengesahkan dan mengumumkan Rancangan Undang-undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), Undang Undang nomor 7 Tahun 2021 pada tanggal 29 Oktober 2021 yang memberikan warna baru dalam perpajakan Indonesia. UU HPP ini diharapkan mewujudkan sistem perpajakan yang adil, sehat, efektif, akuntabel guna mendukung percepatan pemulihan perekonomian, perbaikan defisit anggaran, dan pada akhirnya mencapai Indonesia sebagai negara yang maju. (Irawati, 2021). Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu ketentuan perpajakan yang mengalami perubahan. perubahan signifikan ada pada kenaikan tarif dari yang sebelumnya 10% menjadi 11% yang berlaku tanggal 1 April 2022 dan 12% yang berlaku paling lambat 1 Januari 2025. Kenaikan tarif ini diharapkan dapat menjadi salah satu langkah untuk meningkatkan penerimaan negara.

Pandemi covid 19 telah berakhir pada Rabu, 21 Juni 2023 menjadi endemi. (Mahendro, 2023). Perubahan status ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, karena tidak adanya pembatasan aktivitas masyarakat, produksi dan distribusi perusahaan, yang pada akhirnya daya beli masyarakat semakin meningkat. Minat beli adalah niat dari seseorang untuk membeli produk atau menggunakan jasa melalui pertimbangan tertentu dan salah satunya adalah harga (Syarofi et al., 2022). Harga yang terjangkau dan diskon dapat lebih menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang diinginkannya (Kusumawati & Saifudin, 2020).

Perlu dikaji lebih lanjut apakah dengan adanya kenaikan tarif PPN dapat membuat masyarakat tetap minat untuk membeli produk dan jasa yang menjadi barang kena pajak, karena kenaikan tarif PPN akan berdampak pada kenaikan harga barang yang dibeli, sementara masyarakat juga masih dalam proses untuk pemulihan ekonomi pribadinya pasca pandemi covid 19. Penelitian ini akan melihat minat beli masyarakat terhadap kebutuhan pokok atau kebutuhan rumah tangga, yakni kebutuhan untuk konsumsi sehari-hari, barang pelengkap yang menunjang penampilan dan mengikuti trend saat ini, dan pembelian harta tidak bergerak dan transportasi seperti rumah dan kendaraan yang menjadi barang kena , pajak.dengan adanya perubahan tarif PPN dari 10% menjadi 11% yang telah berlaku saat ini, dan memberikan

gambaran akan apa yang akan terjadi saat terjadi perubahan tarif PPN yang menjadi 12% pada tahun 2025 nantinya.

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk memberikan informasi kepada pemerintah terkait minat beli masyarakat dengan adanya perubahan tarif PPN ini dan pemerintah dapat mengambil langkah praktis yang dapat diambil ketika terjadi penurunan minat beli masyarakat agar tercapai tujuan untuk meningkatkan penerimaan negara dan pemulihan ekonomi di Indonesia.

### **Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis**

#### **Undang Undang Harmonisasi Perpajakan untuk PPN**

Undang Undang Nomor 7 tahun 2021 atau sering disebut dengan Undang Undang Harmonisasi Perpajakan disahkan dan berlaku sejak 29 Oktober 2021. UU HPP ini dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan percepatan pemulihan perekonomian, meningkatkan penerimaan negara untuk pembangunan nasional. sistem perpajakan yang adil dan memiliki kepastian hukum, reformasi untuk administrasi dan kebijakan perpajakan. Beberapa kebijakan yang mengalami perubahan diantaranya Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan; Pajak Penghasilan; Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah; Pengungkapan Sukarela; Pajak Karbon; dan Cukai. Penelitian ini berfokus pada Pajak Pertambahan Nilai yang dekat dengan minat beli masyarakat, dimana banyak jenis barang dan jasa yang dikenakan PPN.

PPN diatur dalam Undang-undang Nomor 2 Tahun 2009 kemudian terdapat beberapa perubahan pada pasal untuk PPN ini yang diatur dalam UU HPP. Beberapa perubahan diantaranya, penghapusan beberapa jenis barang dan jasa yang semula menjadi barang dan jasa tidak kena pajak yang memungkinkan semakin banyaknya barang dan jasa yang dikenai pajak, bahkan untuk kebutuhan pokok tertentu; perubahan yang paling signifikan adalah tarif pajak yang semula 10% menjadi 11% pada 1 April 2022 dan 12% yang berlaku paling lambat pada tanggal 1 Januari 2025. Perubahan tarif PPN ini dapat mempengaruhi minat beli masyarakat karena dapat meningkatkan jumlah biaya yang harus dibayarkan ketika membeli barang dan menggunakan jasa kena pajak ini.

#### **Minat Beli Masyarakat**

Penelitian ini membagi minat beli masyarakat menjadi tiga, yakni kebutuhan pokok atau rumah tangga, kebutuhan pelengkap yang menunjang penampilan dan mengikuti trend terkini untuk lebih dapat diterima di lingkungannya, dan pembelian harta tidak bergerak dan kendaraan. Barang kebutuhan pokok merupakan bahan pangan yang diolah untuk dikonsumsi masyarakat sehari-hari, beberapa kebutuhan pokok yang dapat dikenai PPN diantaranya beras dan daging dengan kualitas premium serta 14 jenis barang yang tidak termasuk dalam PMK No. 99/PMK.010/2020 tentang kriteria dan/atau rincian barang kebutuhan pokok yang tidak dikenai PPN.

Barang pelengkap merupakan barang yang dibeli untuk mengikuti trend terkini seperti maraknya perkembangan teknologi saat ini, membuat masyarakat dituntut untuk memiliki gadget tertentu, kemudian software untuk gadget yang terus dikembangkan menjadikan perusahaan yang memproduksi gadget mengeluarkan tipe terbaru secara rutin dan beberapa masyarakat mengikuti perkembangan tersebut dengan membeli gadget baru dan/atau mengganti gadget lamanya dengan yang terbaru. Selain itu, perkembangan youtube dan media sosial yang memperkenalkan barang-barang tertentu seperti tas, baju, perawatan kulit dan wajah, dan lainnya yang diiklankan oleh artis dan influencer juga menarik minat masyarakat

untuk mencoba dan membeli produk tersebut. Barang ini juga dapat menjadi barang yang dikenakan PPN. Penelitian ini juga akan melihat apakah terdapat perubahan pada minat beli masyarakat untuk harta tidak bergerak seperti tanah dan rumah, serta kendaraan yang mendukung mobilitas masyarakat.

Minat beli masyarakat dipengaruhi oleh harga, dengan harga yang terjangkau, maka minat beli masyarakat akan semakin meningkat dan didukung oleh kebermanfaatan produk ataupun jasa tersebut (Ayumi & Budiarmo, 2021). Hasil penelitian Wulandari & Wijaksana (2021) juga menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat, dengan harga yang lebih murah maka minat beli masyarakat semakin tinggi. Kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% pada April 2023 kemudian 12% menjadi 12% pada tahun 2025 dapat mempengaruhi minat beli masyarakat untuk barang kena pajak sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya, karena nominal yang dibayarkan akan menjadi lebih besar dan membuat masyarakat harus mengatur ulang anggaran pribadinya untuk membeli barang tersebut dan mempertimbangkan penghasilan yang diterima, sehingga memungkinkan minat masyarakat berubah setelah adanya kenaikan tarif PPN ini.

H1: Terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah perubahan tarif PPN

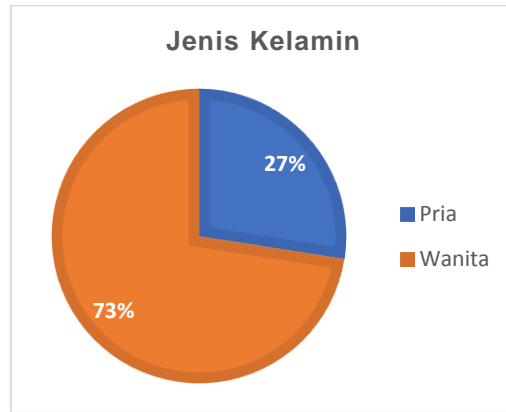
### **Objek dan Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner kepada responden yang sudah lulus atau saat ini sedang menempuh pendidikan program studi Akuntansi dan sudah bekerja. Kriteria ini dipilih karena responden sudah memiliki pengetahuan yang memadai mengenai ketentuan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada mata kuliah mengenai perpajakan, telah mendapat sosialisasi mengenai perubahan tarif, sudah dibekali dengan pengetahuan perencanaan keuangan untuk pribadi dan keluarga, serta sudah memiliki penghasilan untuk dikelola. Kuesioner berisi apakah responden akan memutuskan untuk membeli kebutuhan pokok, barang pelengkap yang mengikuti trend saat ini, dan membeli harta dan kendaraan tertentu dengan nominal yang signifikan pada tarif PPN tertentu dengan skala 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (agak tidak setuju), 4 (agak setuju), 5 (setuju), 6 (sangat setuju), dan 7 (sangat setuju sekali).

Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan alat uji Wilcoxon. Hasil uji akan menunjukkan nilai *negative ranks* yang menunjukkan adanya penurunan, *positive ranks* menunjukkan peningkatan dan *ties* yang menunjukkan tidak adanya perubahan pada keinginan untuk membeli. selain itu, nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang lebih rendah dari alpha 5% maka terdapat perbedaan yang signifikan pada perubahan minat beli masyarakat pada sebelum dan sesudah adanya perubahan tarif pajak dari 10% menjadi 11% sejak 1 April 2023 dan menjadi 12% yang berlaku paling lambat 1 Januari 2025.

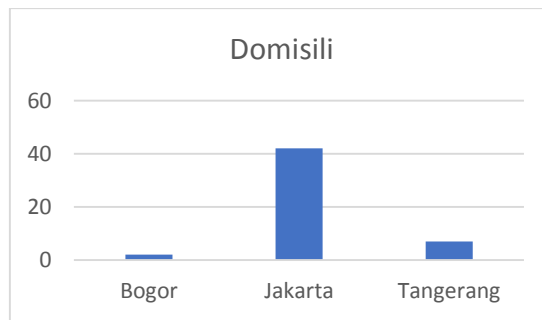
### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Reponden terdiri dari 51 responden yang telah bekerja dan mempunyai background pendidikan di bidang akuntansi. Seperti yang terlihat pada Gambar 1, responden terdiri dari 73% Wanita dan 27% pria.



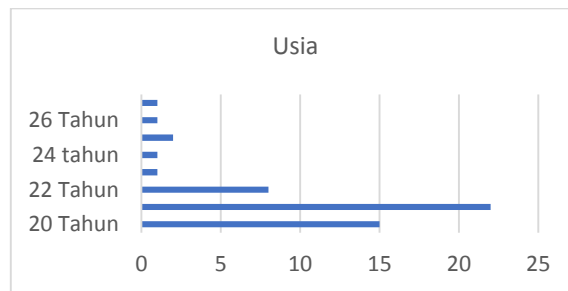
**Gambar 1. Jenis Kelamin**

Responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berasal dari Jakarta yang mencapai 42 orang seperti yang terlihat pada Gambar 2. Dengan banyaknya responden yang berasal dari Jakarta, diharapkan responden lebih banyak mengetahui mengenai perpajakan dan perubahan ketentuannya karena sosialisasi dari fiskus di daerah Jabodetabek yang memadai.



**Gambar 2. Domisili**

Gambar 3. Menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini berusia di bawah 30 tahun, pada usia ini, responden dianggap memiliki kecenderungan untuk membeli barang yang mengikuti *trend* terkini melalui media sosial atau pengaruh lingkungan sekitarnya seperti *gadget* dan barang lainnya yang menunjang penampilan atau menunjang pekerjaannya, sehingga lebih tepat untuk melihat pola minat beli masyarakatnya apakah akan berubah ketika terjadi kenaikan PPN atau tetap mengikuti trend yang ada.



**Gambar 3. Usia**

Tabel 1 menunjukkan perubahan minat beli masyarakat kebutuhan pokok saat terjadi kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11%. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000, atau

kurang dari alpha (5%), artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada minat beli masyarakat untuk kebutuhan pokok yang menjadi barang kena pajak saat terjadi kenaikan tarif PPN ini. Nilai *negative ranks* sebesar 31, artinya sebanyak 31 responden mengalami penurunan minat beli masyarakat untuk kebutuhan pokok, hanya 5 orang yang mengalami kenaikan minat beli masyarakat seperti yang ditunjukkan pada nilai *positive ranks* dan 15 orang dengan minat beli masyarakat yang tetap, tidak ada kenaikan atau penurunan yang ditunjukkan pada nilai *ties*.

Hasil yang sama juga ditunjukkan saat terjadi kenaikan tarif PPN dari 11% menjadi 12% dengan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,000 yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada minat beli masyarakat kebutuhan pokok saat terjadi kenaikan tarif PPN ini. Terdapat 32 responden yang mengalami penurunan minat beli masyarakat kebutuhan pokok, hanya 5 responden yang mengalami kenaikan minat beli masyarakat dan 15 responden dengan minat beli masyarakat yang tetap, tidak mengalami kenaikan atau penurunan.

**Tabel 1. Hasil Pengujian Kebutuhan Pokok**

Tarif PPN	10% menjadi 11%	11% menjadi 12%
<b>Ranks</b>		
Negative Ranks	31	32
Positive Ranks	5	4
Ties	15	15
Total	51	51
<b>Hasil Uji Wilcoxon</b>		
Asymp. Sig. (2-Tailed)	,000	,000

Tabel 2 menunjukkan perubahan minat beli masyarakat kebutuhan pelengkap untuk mengikuti *trend* yang ada saat ini, seperti pembelian gadget, barang dari merk ternama dan lainnya saat terjadi perubahan tarif PPN dari 10% menjadi 11%. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,000 yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada minat beli masyarakat untuk kebutuhan pelengkap saat terjadi perubahan tarif PPN ini, dimana terdapat 29 responden yang mengalami penurunan minat beli masyarakat kebutuhan pelengkap sebagaimana tertulis pada nilai *negative ranks*, hanya 3 responden yang mengalami kenaikan minat beli masyarakat sebagaimana ditunjukkan pada nilai *positive ranks* dan nilai *ties* sebesar 19, yang artinya 19 responden tidak mengalami perubahan minat beli masyarakat untuk kebutuhan pelengkap.

Hasil yang sama juga terjadi ada saat terjadi perubahan tarif PPN dari 11% menjadi 12%. Nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,000 yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada minat beli masyarakat kebutuhan pelengkap saat terjadi perubahan tarif PPN ini. Sebanyak 29 responden yang mengalami penurunan minat beli masyarakat, hanya 4 responden yang mengalami kenaikan minat beli masyarakat dan 19 responden yang tidak mengalami perubahan pada minat beli masyarakat kebutuhan pelengkap ini.

**Tabel 2. Hasil Pengujian Barang Pelengkap**

Tarif PPN	10% menjadi 11%	11% menjadi 12 %
<b>Ranks</b>		
Negative Ranks	29	29
Positive Ranks	3	4

Ties	19	18
Total	51	51
<b>Hasil Uji Wilcoxon</b>		
Asymp. Sig. (2-Tailed)	,000	,000

Tabel 3 menunjukkan perubahan keinginan untuk membeli harta tidak bergerak dan kendaraan yang menjadi barang kena pajak dengan adanya perubahan tarif pajak dari 10% menjadi 11%. Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,000 yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan pada keinginan untuk membeli aset tersebut saat terjadi kenaikan tarif PPN tersebut. Responden yang mengalami penurunan keinginan untuk membeli aset sebanyak 31 responden sebagaimana hasil pada *negative ranks*, hanya 2 responden yang mengalami peningkatan keinginan untuk membeli aset hasil pada *positive ranks* dan 18 responden yang tidak mengalami perubahan keinginan untuk membeli aset tersebut hasil pada *Ties*.

Hasil yang sama ditunjukkan saat terjadi kenaikan dari 11% menjadi 12%, Nilai Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan nilai sebesar 0,000 yang artinya terjadi perbedaan yang signifikan keinginan untuk membeli aset tersebut saat terjadi kenaikan PPN. sebanyak 32 responden yang mengalami penurunan keinginan untuk membeli aset tersebut, 2 responden mengalami peningkatan keinginan dan 19 responden tidak mengalami perubahan keinginan untuk membeli aset tersebut.

**Tabel 3. Hasil Pengujian Harta Tidak Bergerak dan Kendaraan**

Tarif PPN	10% menjadi 11%	11% menjadi 12%
<b>Ranks</b>		
Negative Ranks	31	30
Positive Ranks	2	2
Ties	18	19
Total	51	51
<b>Hasil Uji Wilcoxon</b>		
Asymp. Sig. (2-Tailed)	,000	,000

Berdasarkan hasil yang telah disampaikan sebelumnya bahwa minat beli masyarakat cenderung menurun dengan adanya kenaikan PPN, baik pada kebutuhan pokok, pelengkap, harta tidak bergerak dan kendaraan. Konsumsi rumah tangga menyumbang hingga 55% PDB Indonesia (Wicaksono et al., 2020), Maraknya *influencer* yang ada di media sosial dapat menarik masyarakat untuk membeli berbagai produk seperti produk perawatan wajah, *gadget* terkini yang sedang *trend* saat ini harusnya dapat meningkatkan penjualan dan omset perusahaan yang berdampak pada kesejahteraan karyawannya sehingga diharapkan penurunan minat beli masyarakat karena adanya kenaikan PPN ini dapat diantisipasi oleh Pemerintah. Terlebih untuk sektor perumahan, dengan tingginya harga rumah saat ini dan bunga yang diberikan, membuat beberapa generasi muda cenderung memilih untuk menyewa dibandingkan membeli rumah baru. Pemerintah diharapkan dapat menguatkan berbagai sektor,

sehingga kenaikan PPN ini dapat diimbangi dengan peningkatan pendapatan masyarakat sehingga tercapai percepatan pemulihan ekonomi seperti yang diharapkan.

### **Kesimpulan dan Saran**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat minat beli masyarakat sebelum dan sesudah terjadi perubahan tarif PPN. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada minat beli masyarakat untuk barang kebutuhan pokok, barang pelengkap, harta tidak bergerak dan kendaraan pada saat tarif PPN sebesar 10%, meningkat menjadi 11% dan meningkat menjadi 12%. bahkan minat masyarakat untuk membeli barang tersebut cenderung menurun. Penelitian ini hanya mempertimbangkan peningkatan tarif PPN dan belum mempertimbangkan kenaikan harga pada barang tersebut.

Pemerintah perlu mengantisipasi penurunan pada minat beli masyarakat. Peningkatan tarif PPN ini perlu didukung oleh peningkatan pendapatan masyarakat. Penguatan berbagai sektor perusahaan penting untuk dilakukan untuk meningkatkan omset perusahaan maupun UMKM agar masyarakat memiliki pendapatan yang cukup untuk membeli dan mengkonsumsi barang tersebut untuk menjaga keseimbangan permintaan dan penawaran yang ada dan pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian dan penerimaan negara.

Penelitian ini terbatas hanya melihat minat beli masyarakat saat terjadi perubahan tarif PPN tanpa melihat faktor lain yang mempengaruhi seperti skala masyarakat apakah masuk dalam kategori kecil, menengah atau atas yang pendapatannya dan pola konsumsinya berbeda, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan hal tersebut. Selain itu, responden terbatas pada usia 20-29 tahun, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas responden karena pendapatannya dan kebutuhannya berbeda sehingga dapat memperkaya hasil penelitian.

### **Daftar Pustaka**

- Ayumi, B., & Budiatmo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169–1176.
- Darsono, A. (2021). *Insentif Pajak untuk Menekan Dampak Buruk Pandemi COVID-19 Berlanjut di Tahun 2021*. <https://pen.kemenkeu.go.id/in/post/insentif-pajak-untuk-menekan-dampak-buruk-pandemi-covid-19-berlanjut-di-tahun-2021>
- Irawati, Z. M. (2021). *Latar Belakang dan Tujuan UU Perpajakan yang jadi Tonggak Sejarah*. <https://economy.okezone.com/read/2021/10/08/320/2483130/latar-belakang-dan-tujuan-uu-perpajakan-yang-jadi-tonggak-sejarah>
- Kompas.com. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19, Pemerintah Akui Daya Beli Masyarakat Melemah*. <https://money.kompas.com/read/2020/10/06/050800026/dampak-pandemi-covid-19-pemerintah-akui-daya-beli-masyarakat-melemah>
- Kusumawati, D., & Saifudin. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid-19 pada Masyarakat Millenia di Jawa Tengah. *Jurnal Akuntansi & Bisnis*, 6(1).
- Mahendro, A. (2023). *Presiden Jokowi Umumkan Status Pandemi COVID-19 Berakhir*. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6785011/presiden-jokowi-umumkan-status-pandemi-covid-19-berakhir>
- Melati, W. P. (2023). *Pandemi Covid-19 Dan Menurunnya Perekonomian Indonesia*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16064/Pandemi-Covid-19-Dan-Menurunnya-Perekonomian-Indonesia.html>
- Setyowati, H. E. (2020). *Peningkatan Daya Beli Masyarakat Jadi Andalan Ungkit Pemulihan Ekonomi Nasional - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*.



<https://ekon.go.id/publikasi/detail/610/peningkatan-daya-beli-masyarakat-jadi-andalan-ungkit-pemulihan-ekonomi-nasional>

- Syarofi, M., Rusmini, & Sa'diyah, H. (2022). Pengaruh Harga Produk dan Faktor Budaya terhadap Minat Beli Masyarakat pada Pasar baru Kecamatan Kencong Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 252–261.
- Wicaksono, E., Nugroho, S. S., & Woroutami, A. D. (2020). Pola Konsumsi dan Beban PPN Kelas Menengah Indonesia. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.31685/kek.v4i1.506>
- Wulandari, D. A., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu di Desa Sambong). *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6093–6104.