

ANALISIS KETERTARIKAN PEMBELIAN PRODUK LUAR NEGERI PADA MASYARAKAT PERBATASAN INDONESIA-MALAYSIA DI DESA ENTIKONG KECAMATAN ENTIKONG

Agnes Dwini^{1*}, Okianna², Jumardi Budiman³

^{1,2,3} Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Tanjungpura

*Penulis Korespondensi: agnesdwini02@gmail.com

Abstract. *This research was conducted in Entikong Village, Entikong District, Sanggau Regency, with the aim of analyzing the purchasing interest in foreign products among communities living in the Indonesia–Malaysia border area and identifying the influence of distance factors on their purchasing interest. Border areas have unique characteristics due to relatively easy access to goods from neighboring countries, which can influence local consumption patterns. This study employed a qualitative approach using a case study method. The informants consisted of 10 border community members who frequently purchased foreign products. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The results showed that the border community in Entikong Village has a relatively high interest in purchasing foreign products. This interest is influenced by several factors, including the relatively lower prices of foreign products, the short and easily accessible travel distance, and the level of satisfaction with the products purchased. In addition, respondents perceived that some foreign products offer larger quantities and better value compared to similar domestic products. Therefore, price, distance, and consumer satisfaction are the main factors influencing the purchasing interest of border communities in foreign products.*

Keywords: *Purchasing Interest, Border Communities, Foreign Products, Travel Distance*

Abstrak. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Entikong, Kecamatan Entikong, Kabupaten Sanggau, dengan tujuan untuk menganalisis minat beli terhadap produk luar negeri di kalangan masyarakat yang tinggal di wilayah perbatasan Indonesia–Malaysia serta mengidentifikasi pengaruh faktor jarak tempuh terhadap minat beli masyarakat tersebut. Wilayah perbatasan memiliki karakteristik yang unik karena akses terhadap barang-barang dari negara tetangga yang relatif mudah, yang dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat setempat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Informan penelitian terdiri dari 10 orang masyarakat perbatasan yang sering membeli produk luar negeri. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat perbatasan di Desa Entikong memiliki minat beli yang tergolong tinggi terhadap produk luar negeri. Minat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain harga produk luar negeri yang relatif lebih murah, jarak tempuh yang pendek dan mudah dijangkau, serta tingkat kepuasan terhadap produk yang dibeli. Selain itu, responden menilai bahwa beberapa produk luar negeri menawarkan kuantitas yang lebih besar dan nilai yang lebih baik dibandingkan produk dalam negeri yang sejenis. Dengan demikian, harga, jarak tempuh, dan kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat beli masyarakat perbatasan terhadap produk luar negeri.

Kata Kunci: Minat Beli, Masyarakat Perbatasan, Produk Luar Negeri, Jarak Tempuh

1. LATAR BELAKANG

Entikong merupakan salah satu dari beberapa wilayah yang berbatasan langsung dengan negara tetangga yaitu negara Malaysia, dengan berbatasan langsungnya Entikong dengan Malaysia ini mempunyai dampak bagi perekonomian Indonesia terkhususnya yaitu perekonomian di wilayah perbatasan di Entikong itu sendiri. Entikong merupakan salah satu kecamatan di kabupaten Sanggau, provinsi Kalimantan Barat, yang memiliki jalur

perbatasan darat dengan Negara Malaysia Timur, sarawak. Jalur darat ini dikenal dengan sebutan Jalur Sutera karena keberadaan jalur tersebut dimanfaatkan sebagai pintu gerbang keluar masuk manusia dan barang dari Indonesia ke Malaysia atau sebaliknya.

Dari hasil pengamatan saya volume kegiatan lalu lintas orang keluar masuk wilayah Indonesia cukup tinggi. Berbagai kepentingan menghiasi kegiatan lalu lintas di pos perbatasan Indonesia dan Malaysia. Berdasarkan data Badan Nasional Pengelola Perbatasan (2024), pelayanan aktivitas perlintasan orang di PLBN Entikong, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat menjadi paling sibuk di antara beberapa PLBN lainnya. Jumlah keberangkatan pelintas antarnegara baik WNA dan WNI dari PLBN Entikong tercatat sebanyak 14.306 orang, dan kedatangan pelintas mencapai 13.517 orang.

Wilayah perbatasan yang merupakan halaman depan wajah NKRI yang harus tetap dijaga melalui orientasi pembangunan kawasan perbatasan. Pembangunan kawasan perbatasan merupakan salah satu komitmen dari kebijakan pembangunan yang telah digariskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2007 tentang rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional periode 2005 – 2025 dilaksanakan sesuai dengan RPJP Nasional. Yang merupakan penjabaran dari visi, misi dan agenda (Nawacita) Presiden Joko Widodo. Entikong menjadi salah satu kecamatan dari 187 kecamatan yang menjadi lokasi prioritas untuk pembangunan nasional.

Konsekuensi sebagai negara modern yang memiliki batas-batas yang tegas dan memerlukan pengawasan, maka saat ini di ujung Kecamatan Entikong terdapat Pintu Masuk dan Keluar Negara yang merupakan Pos Pemeriksaan Lintas Batas (PPLB) yang diapit belahan kaki bukit Benuan. Pos ini merupakan pintu gerbang lintas batas utama antara Indonesia – Malaysia. Begitu kita melewati PPLB Entikong-Indonesia maka kita memasuki gate (Pos Pemeriksaan) Tebedu – Serawak, Malaysia. gate Tebedu dibuka pukul 08.00 WIB dan ditutup pukul 17.00 WIB. Melewati gate ini berarti kita sudah berada di Tebedu, Serawak, Malaysia yang beribukotakan Kuching. Pos Lintas Batas Entikong-Tebedu ini adalah yang paling sibuk dilalui barang maupun orang yang keluar masuk Indonesia– Malaysia. Menjelang pukul 08.00 WIB banyak warga Negara Indonesia yang menunggu pintu gerbang dibuka.

Banyak diantara mereka adalah Tenaga Kerja Indonesia yang bekerja di Malaysia yang pergi pulang tiap hari. Tentu saja mereka harus melewati pos sebelum pukul 5 (lima)

sore. Kalau melebihi jam tersebut, pos sudah ditutup maka semakin sulit urusannya, apalagi kalau paspor maupun dokumen persyaratan kerja tidak ada. Walaupun sampai saat ini masih ada kerukunan antara masyarakat Entikong (Kalbar, Indonesia) dengan masyarakat Tebedu (Serawak, Malaysia). Terbukti bahwa sudah menjadi tradisi setiap ada pesta (dawai) Serawak masyarakat Entikong diizinkan masuk ke Serawak secara bebas menikmati kemeriahan pesta rakyat Serawak, demikian pula pada saat dawai Dayak, masyarakat Serawak diizinkan bebas masuk ke Entikong.

Terminal Barang Internasional Entikong (Entikong Dry Port/ TBI Entikong) digunakan untuk mengatur arus ekspor dan impor antara Indonesia dan Malaysia. Selain itu, berfungsi sebagai pintu gerbang yang dilalui negara lain untuk keperluan logistik yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Entikong Dry Port dapat digunakan sebagai tempat lintas batas logistik antar negara. Secara logistik, pengiriman barang lewat jalur darat lebih mudah dan cepat. Peran Terminal Barang Internasional menjadi semakin penting untuk mendukung pengembangan koridor ekonomi Indonesia dan merupakan konektivitas nasional.

Perusahaan garmen di Indonesia masih didominasi oleh produksi merek atau produk luar karena dinilai lebih laku di pasaran. Kondisi ini menjadi salah satu tantangan bagi Indonesia dalam mewujudkan cita-cita sebagai pusat mode dunia (CNBC Indonesia, 2018). Menurut Kotler dan Keller (2021), minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respons konsumen terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Lebih lanjut, Kotler dan Keller (2013) menjelaskan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak terantisipasi. Sikap orang lain berkaitan dengan sejauh mana pandangan orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, yang dipengaruhi oleh intensitas sikap negatif orang lain terhadap pilihan tersebut serta motivasi konsumen untuk mengikuti keinginan atau pendapat orang lain. Sementara itu, faktor situasi yang tidak terantisipasi dapat mengubah keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, tergantung pada kondisi yang dihadapi dan tingkat keyakinan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

Volume kegiatan lalu lintas orang keluar masuk wilayah Indonesia cukup tinggi. Berbagai kepentingan menghiasi kegiatan lalu lintas di pos perbatasan Indonesia-

Malaysia. Biaya transportasi yang mahal dari Entikong ke Pontianak, serta *mindset* bahwa mutu produk Malaysia lebih berkualitas dan lebih murah harganya dari pada produk dalam negeri, menyebabkan masyarakat perbatasan Entikong lebih tertarik untuk belanja ke negara Malaysia. Tidak sampai 10 menit berkendara mobil, kita akan sampai pada sebuah toko swalayan besar SIN GHUAN THAI BHD yang menjual berbagai jenis barang Malaysia dari sembako, buah, bumbu instan, peralatan dapur, perlengkapan mandi, makanan ringan, minuman, peralatan tulis, elektronik, pakaian, tas, sepatu, sandal, souvenir, perabot rumah dan lain sebagainya, semua tersedia dengan harga dalam Ringgit yang menantang.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang sudah dijelaskan, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Ketertarikan Pembelian Produk Luar Negeri Pada Masyarakat Perbatasan Indonesia-Malaysia Di Desa Entikong Kecamatan Entikong”**

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif studi kasus. Menurut Sugiarto (2017) studi kasus merupakan jenis penelitian kualitatif yang mendalam tentang individu, kelompok, institusi dan sebagainya dalam waktu tertentu. Tujuan studi kasus adalah berusaha menemukan makna, meneliti proses, serta memperoleh pengertian dan pemahaman yang mendalam serta utuh dari individu, kelompok, atau situasi tertentu. Data studi kasus diperoleh dengan wawancara, observasi dan mempelajari berbagai dokumen yang terkait dengan topik yang diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Entikong, Kecamatan Entikong, Kabupaten Sanggau. Entikong memiliki jalur perbatasan darat dengan negara Malaysia khususnya Sarawak sehingga jalur darat sering disebut jalur sutra karena bisa dilewati langsung oleh bus baik dari Indonesia maupun dari Malaysia tanpa harus menyebrangi sungai maupun laut, oleh sebab itu banyak TKI yang berasal dari Jawa dan Sumatera yang menggunakan jalur perbatasan entikong. Desa Entikong memiliki wilayah administratif seluas 149,01 km². Jumlah penduduk yang ada di Desa Entikong berdasarkan BPS pada tahun 2022 berjumlah 18.630 jiwa dengan 8.968 perempuan dan 9.662 laki-laki.

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis ketertarikan pembelian produk luar negeri pada masyarakat perbatasan Indonesia-Malaysia di desa Entikong kecamatan Entikong. Dalam menganalisis hal ini dengan melakukan wawancara kepada masyarakat desa Entikong yang tertarik untuk menggunakan atau membeli produk luar negeri. Penelitian ini dilakukan di desa Entikong karena salah satu desa dari kecamatan Entikong yang berbatasan langsung dengan Malaysia.

Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil dari wawancara kepada sepuluh orang informan untuk memperoleh data dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan pada tanggal 30 Juli – 2 Agustus 2024 diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

a. Ketertarikan Masyarakat Perbatasan Desa Entikong dalam Membeli Produk Luar Negeri

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada masyarakat perbatasan di Desa Entikong, diketahui bahwa masyarakat memiliki ketertarikan untuk membeli produk luar negeri. Ketertarikan tersebut dipengaruhi oleh harga produk yang lebih murah dibandingkan produk dalam negeri serta kepuasan masyarakat terhadap kualitas produk luar negeri yang digunakan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada masyarakat perbatasan di Desa Entikong bahwa semua narasumber setuju bahwa harga produk yang murah mempengaruhi mereka untuk menggunakan dan membeli produk dari luar negeri. Hal ini diungkapkan sendiri oleh narasumber sebagai berikut:

“Alasan saya sendiri menggunakan atau membeli produk luar negeri karena beberapa produk luar negeri lebih murah daripada produk dalam negeri sendiri” (f)

“alasan saya menggunakan atau membeli produk luar negeri karena produk luar negeri memiliki kualitas yang baik dan harganya lebih murah” (j)

“alasan saya membeli produk luar negeri karena saya buka jastip ke Malaysia dan juga harga produk luar negeri cukup lebih murah” (n)

“saya membeli produk luar negeri itu karena harganya cukup murah mungkin ditanya sama orang-orang perbatasan yang sering pergi ke Malaysia mungkin jawabannya sama juga” (d)

“saya sendiri memilih menggunakan produk luar negeri karena saya tinggalnya di daerah perbatasan itu sendiri yang tidak jauh juga selain itu saya juga sering pergi ke Malaysia jadi saya sering membeli produk luar negeri dan juga harga produk luar negeri cukup terjangkau” (m)

“saya memilih menggunakan produk luar negeri karena tempatnya tidak jauh dan juga harga produk-produknya cukup terjangkau” (mm)

“alasan saya menggunakan produk luar negeri itu karena mudah dijangkau dan produknya juga beragam selain itu harga produknya cukup murah” (mc)

“saya memilih menggunakan produk luar negeri karena mungkin jarak dari tempat saya tidak terlalu jauh” (fd)

“sebenarnya tidak ada alasan yang mendasari saya untuk membeli produk luar negeri tersebut hanya saja saya mendengar dari beberapa teman kalau harga produknya cukup terjangkau dan setelah saya membelinya itu benar adanya kalau harga produk luar negeri cukup terjangkau” (y)

“saya sendiri tidak ada alasan khusus yang membuat saya tertarik menggunakan produk luar negeri, tapi karena beberapa produk luar negeri yang saya beli itu harganya cukup terjangkau mungkin itu yang menyebabkan saya membeli produk luar negeri” (b)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat dinyatakan bahwa masyarakat perbatasan di Desa Entikong memilih produk luar negeri karena harga produk luar negeri yang murah sehingga mereka lebih sering berbelanja produk luar negeri.

Selain harga, ketertarikan masyarakat dalam membeli produk luar negeri juga didukung oleh tingkat kepuasan terhadap kualitas produk yang digunakan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, masyarakat perbatasan di Desa Entikong cukup puas dengan kualitas produk luar negeri yang mereka gunakan. Hal ini disampaikan langsung oleh informan sebagai berikut:

“Saya sendiri puas menggunakan produk luar negeri karena barang yang ditawarkan besar dan juga harganya murah” (f)

“kalau saya cukup puas untuk menggunakan produk luar negeri” (j)

“menurut saya cukup puas menggunakan produk luar negeri karena produk yang ditawarkan beragam dan harganya juga lebih terjangkau” (n)

“saya cukup puas menggunakan produk luar negeri karena cukup terjangkau dan isinya lebih banyak juga” (d)

“kalau saya sendiri menggunakan produk luar negeri cukup puas yang mana kepuasan harga yang cukup terjangkau dan juga seperti sabun isinya lebih banyak juga” (m)

“cukup puas dengan produk-produk luar negeri yang saya beli dan saya gunakan” (mm)

“saya cukup puas menggunakan produk luar negeri tersebut” (mc)

“ya cukup puas dengan beberapa produk yang saya beli dari sana” (fd)

“saya sendiri itu cukup puas ya dengan beberapa produk yang saya beli di sana dengan harga yang terjangkau” (y)

“selama saya menggunakan produk yang saya beli dari sana saya cukup puas dengan beberapa produk yang saya beli” (b)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat dinyatakan bahwa tingkat kepuasan masyarakat perbatasan di Desa Entikong terhadap produk luar negeri cukup tinggi. Kepuasan tersebut turut mendorong ketertarikan masyarakat untuk menggunakan dan membeli produk luar negeri.

b. Pengaruh Faktor Jarak terhadap Pembelian Produk Luar Negeri oleh Masyarakat Perbatasan Desa Entikong

Posisi Entikong yang berbatasan langsung dengan Malaysia dan adanya akses formal perbatasan menyebabkan pergerakan komoditas barang dan manusia mengalami peningkatan. Sebagai pintu lintas batas, kawasan ini menjadi pintu masuk dan keluar bagi arus perdagangan yang terjadi antarwilayah serta menjadi lokasi yang strategis bagi

kegiatan perekonomian. Hal tersebut menjadi salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat perbatasan memilih membeli produk luar negeri.

Hal tersebut diungkapkan dari hasil wawancara sebagai berikut:

“faktor yang paling utama yang membuat saya tertarik untuk membeli atau menggunakan produk luar negeri itu produk yang ditawarkan cukup murah dibandingkan dengan produk dalam negeri dan juga jarak tempuhnya tidak terlalu memakan waktu yang begitu lama” (f)

“faktor utama yang membuat saya tertarik untuk membeli produk luar negeri itu karena jarak tempuh yang tidak terlalu jauh kemudian harga produk cukup terjangkau dan produk-produknya juga cukup lengkap daripada di tempat saya” (n)

“kalau saya faktor yang mempengaruhi saya membeli produk luar negeri itu karena jarak ya, jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dan juga harga produk mereka yang cukup terjangkau” (d)

“seperti yang saya bilang sebelumnya faktor yang menyebabkan kami masyarakat perbatasan lebih memilih berbelanja produk luar negeri karena jarak tempuh yang cukup dekat dan juga harga produk-produk luar negeri cukup terjangkau” (m)

“selain faktor harga dan jarak juga pastinya yang menyebabkan saya membeli produk luar negeri ini pastinya sesuai dengan kebutuhan yang sesuai sehingga terjadi pembelian produk” (mm)

“mungkin karena harga yang terjangkau dan juga mudah dijangkau yang menyebabkan saya untuk membeli produk luar negeri itu sendiri” (fd)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat dinyatakan bahwa jarak yang dekat dengan perbatasan mempengaruhi masyarakat perbatasan di Desa Entikong dalam memilih menggunakan atau membeli produk luar negeri untuk memenuhi kebutuhan mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis ketertarikan pembelian produk luar negeri pada masyarakat perbatasan Indonesia–Malaysia di Desa Entikong, Kecamatan Entikong, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Masyarakat perbatasan di Desa Entikong memiliki ketertarikan untuk membeli produk luar negeri. Ketertarikan tersebut dipengaruhi oleh harga produk luar negeri yang relatif lebih murah dibandingkan produk dalam negeri. Selain itu, masyarakat juga merasa puas terhadap kualitas produk luar negeri yang digunakan karena dinilai memiliki kualitas yang baik, isi produk yang lebih banyak, serta harga yang terjangkau. Salah satu pusat perbelanjaan yang banyak dikunjungi masyarakat adalah ECO yang menawarkan berbagai produk dengan harga yang terjangkau. Dengan demikian, harga yang murah dan kualitas produk yang baik menjadi faktor yang mendorong masyarakat perbatasan di Desa Entikong untuk membeli dan menggunakan produk luar negeri.
2. Faktor jarak mempengaruhi masyarakat perbatasan di Desa Entikong dalam membeli produk luar negeri. Letak Desa Entikong yang berbatasan langsung dengan Malaysia memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menjangkau pusat-pusat perbelanjaan di wilayah Malaysia. Masyarakat tidak memerlukan waktu dan biaya yang besar untuk memperoleh produk yang dibutuhkan karena lokasi pusat perbelanjaan relatif dekat dengan kawasan perbatasan. Salah satu pusat perbelanjaan yang sering dikunjungi masyarakat adalah SIN GUAN TAI CO yang dapat ditempuh dalam waktu kurang lebih 10 menit dari kawasan perbatasan. Oleh karena itu, kemudahan akses dan jarak yang dekat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat perbatasan di Desa Entikong dalam membeli produk luar negeri.

5. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat perbatasan agar lebih sering untuk menggunakan produk dalam negeri untuk memenuhi kebutuhan, karena kebanyakan masyarakat perbatasan sudah sering menggunakan produk luar negeri dibandingkan menggunakan produk dalam negeri.

2. Bagi pemerintah

Diharapkan bagi pemerintah lebih memperhatikan lagi masyarakat khususnya untuk harga-harga produk sehingga masyarakat tidak mengeluh dengan harga produk yang cukup mahal sehingga mereka lebih tertarik membeli produk luar negeri karena harganya lebih terjangkau.

DAFTAR REFERENSI

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Badan Nasional Pengelolaan Perbatasan. (2024). Pelintasan orang di PLBN Entikong. <https://tasbara.bnpp.go.id/>
- Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Santos-Roldán, L., & Ramírez-Hurtado, J. M. (2018). Relation of country-of-origin effect, culture, and type of product with the consumer's shopping intention: An analysis for small- and medium-sized enterprises. *Complexity*, 2018, Article 8571530. <https://doi.org/10.1155/2018/8571530>
- CNBC Indonesia. (2018). Industri garmen Indonesia masih kalah bersaing dengan produk impor. <https://www.cnbcindonesia.com/>
- Ferdinand, A. (2016). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen (Edisi ke-5)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hagger, M. S., Cheung, M. W.-L., Ajzen, I., & Hamilton, K. (2022). Perceived behavioral control moderating effects in the theory of planned behavior: A meta-analysis. *Health Psychology*, 41(2), 155–167. <https://doi.org/10.1037/hea0001153>
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori, penerapan, dan riset nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kotler, P. (2019). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran (Edisi ke-13, Jilid 1)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen pemasaran*. Erlangga.
- La Barbera, F., & Ajzen, I. (2020). Control interactions in the theory of planned behavior: Rethinking the role of subjective norm. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 401–417. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.2056>
- Lim, P. G., Osman, A., Salahuddin, S. N., Romle, A. R., & Abdullah, S. (2018). Country of origin, brand image and high involvement product towards customer purchase intention: Empirical evidence of East Malaysian consumer. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(1), 63–72. <https://doi.org/10.9744/jmk.20.1.63-72>

- Maulidah, & Irma. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 45–56.
- Nguyen, T. T. M., Nguyen, H. T., & Hoang, T. N. (2022). Why do we buy green products? An extended theory of planned behavior model for green product purchase behavior. *Sustainability*, 14(2), 689. <https://doi.org/10.3390/su14020689>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2008 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 119 Tahun 2022 tentang Rencana Detail Tata Ruang Kawasan Perbatasan Negara.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2015 tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perbatasan Negara.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2014 tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perbatasan Negara di Kalimantan.
- Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang. Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2008 tentang Wilayah Negara. Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Sari, I. P. (2013). Ketergantungan masyarakat perbatasan Indonesia kepada Malaysia (Studi kasus: Desa Badau, Kecamatan Badau, Kabupaten Kapuas Hulu, Kalimantan Barat). [Skripsi, Universitas Tanjungpura].*
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2013). Perilaku konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian. Andi.
- Sugiarto. (2017). Metodologi penelitian bisnis. Andi.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Tengku, P. D. A. (2020). Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 12–23.
- Tjiptono, F. (2012). Strategi pemasaran (Edisi ke-3). Andi.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian. Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2007 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional Tahun 2005–2025.
- Utami, N. W. (2023). 4 alasan konsumen memilih produk luar negeri. *Mekari Jurnal*. <https://www.jurnal.id/id/blog/alasan-konsumen-memilih-produk-luar-negeri/>
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan metode penelitian kualitatif. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.