

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah sistem kehidupan (way of life), dimana islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Islam merupakan suatu agama yang memberikan tuntunan pada seluruh aspek kehidupan. Islam mendefinisikan agama bukan hanya berkaitan dengan spiritual atau ritualitas, namun agama merupakan serangkaian keyakinan, ketentuan dan peraturan serta tuntutan moral bagi setiap aspek kehidupan manusia. Sebagaimana diungkap diatas, islam memandang agama sebagai suatu jalan hidup yang melekat pada setiap aktivitas kehidupan (Karim, 2010, hlm. 9).

Ekonomi secara umum, didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia. Dengan demikian, ekonomi merupakan suatu bagian dari agama. Ruang lingkup ekonomi meliputi satu bidang perilaku manusia terkait dengan konsumsi, produksi dan distribusi. Ekonomi islam dibangun atas dasar agama islam, karena ia merupakan bagian yang terpisahkan (integral) dari agama islam. sebagai devirasi dari agama islam, ekonomi islam akan mengikuti agama islam dalam berbagai aspek (Karim, 2010, hlm. 9).

Bangunan agama islam didasarkan atas lima nilai universal, yaitu: Tauhid (Keimanan), 'Adl (Keadilan), Nubuwwah (Kenabian), Khilafah (Pemerintahan), dan Ma'ad (Hasil). Namun, teori yang kuat dan baik tanpa diterapkan menjadi sistem, akan menjadikan ekonomi islam hanya sebagai kajian ilmu saja tanpa memberi dampak pada kehidupan ekonomi. Oleh karena itu, dari kelima nilai-nilai universal tersebut, dibangunlah tiga prinsip deviratif yang menjadi cikal bakal sistem ekonomi islam. Ketiga prinsip deviratif itu adalah *multiitype*, *freedom to act*, dan *socoal justice* (Karim, 2020, hlm. 10).

Dengan mengelola seluruh potensi alam semesta sebagai bentuk dari cara dirinya mensyukuri kenikmatan dari Allah. Seseorang mensyukuri segala apa yang diberikan oleh Allah SWT. Sesuai dengan firman Allah surah At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: dan katakanlah: “Berkerjalah kamu, maka Allah dan Rasulnya serta orang-orang mu'min akan pekerjaan mu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang gaib dan yang nyata, lalu diberikannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”. (QS. At-Taubah:105)

Peraturan Presiden RI Nomor 12 Tahun 2017 tentang Penetaan dan Pembinaan Pasar Tadisional. Pasar berdasarkan manajemen pengelolaannya dibagi menjadi dua yaitu: pasar tradisional dan pasar moderen. Perbedaan pasar tradisional dan pasar modern adalah Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung dan barang yang

diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Sedangkan pasar modern barang-barang yang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri.

Objek dari ilmu ekonomi adalah konsumen, produsen, dan government. Dimana kesemua objek tersebut akan ditemukan dalam mekanisme pasar, baik pasar tenaga kerja, pasar barang ataupun pasar modal. Ada banyak kegiatan ekonomi yang dapat dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya, baik itu berorientasi pada transaksi muamalah, bisnis, lembaga keuangan(perbankan dan non bank) ataupun yang lainnya. Bekerja merupakan salah satu identitas manusia. Bekerja didasarkan prinsip iman dan tauhid akan meningkatkan martabat dirinya sebagai hamba Allah SWT. (Karim, 2010, hlm.10)

Namun pasar merupakan bagian dari kehidupan sosial masyarakat yang tumbuh kembangnya disesuaikan dengan kebiasaan norma adat disuatu wilayah, yang kemudian pasar tersebut menjadi sarana kegiatan perekonomian yang menopang dan memfasilitasi kebutuhan masyarakat. Kegiatan perekonomian tersebut menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli. Ditinjau dari perkembangannya pasar dapat diartikan sebagai lembaga atau institusi yang dikelola oleh pemerintah sehingga transaksi perdagangan dapat terjadi dengan baik. Dalam pengertian yang lebih moderen, pasar adalah mekanisme yang memungkinkan bertemunya penawaran dan perminta, baik dalam pengertian fisik maupun non-fisik. Pasar tradisional dalam aktifitasnya selain memenuhi kebutuhan dilingkungannya dalam halini masyarakat yang membutuhkan barang dan jasa, maka pasar memiliki fungsi lain yang lebih luas seperti sebuah pendapat bahwa

pasar tradisional memiliki potensi sebagai ikon daerah yang ada di Kabupaten Hulu Sungai Tengah (Setianto, 2019, hlm. 5).

Seiring dengan perkembangannya waktu adanya modernisasi dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, memang menyebabkan banyak masyarakat di wilayah Kabupaten Hulu Sungai Tengah lebih tepatnya di pertengahan Kota Barabai sudah mulai memilih pasar moderen seperti minimarket sebagai pusat berbelanja tetapi semua produk atau kebutuhan masyarakat itu tersedia di minimarket maka dari itu kebanyakan masyarakat terutamanya bagi masyarakat atau warga Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah masih memilih pasar Tradisional sebagai tempat berbelanja.

Menurut Iswari dan Suryandari (2003) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian bahkan mempunyai loyalitas dapat diukur dengan variabel kelompok acuan, kelas sosial, harga, pelayanan, kualitas, lingkungan fisik, lokasi, fasilitas, dan keaneka ragaman barang. Salah satunya kelebihan pasar tradisional adalah harga yang dijual pedagang dapat ditawar oleh pembeli, sehingga harga yang terjadi adalah persetujuan dari penjual dan pembeli. Oleh karena itu, disini pembeli harus pintar dalam menawar harga. Pada umumnya konsumen akan memilih pasar tradisional yang letaknya strategis mudah untuk dikunjungi seperti ditengah kota, dekat dengan penduduk tersebut. Adapun pilihan tempat yang strategis tersebut diharapkan agar mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Produk yang beraneka ragam akan menarik konsumen untuk berbelanja dipasar tradisional, dengan adanya keragaman produk/barang tersebut. Konsumen diharapkan dapat

memilih sendiri dan menentukan apa saja yang diinginkan pada saat berbelanja, karena semua barang sudah disediakan oleh para penjual yang ada dipasar tradisional. Pelayanan yang baik tentunya juga akan membuat konsumen untuk memilih berbelanja dipasar tradisional. Keramah tamahan, kedekatan personal, dan suasana persaudaraan yang kental antara pedagang dan pembeli akan menciptakan rasa nyaman dalam berbelanja. Fasilitas yang lebih baik dan lebih lengkap juga perlu disediakan supaya konsumen dapat merasakan kepuasan berbelanja dipasar tradisional.

Berdasarkan hasil observasi data yang ditemukan di kantor kepala Desa dengan melihat semua data kartu keluarga masyarakat yang tercatat sebagai warga Desa Banua Asam yang berjumlah 1.331 dan kriteria inklusi yang digunakan adalah masyarakat yang berusia 21-50 yang jumlahnya 579 dari jumlah masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah dalam mengambil keputusan untuk memilih pasar Tradisional sebagai tempat berbelanja. Adapun faktor-faktor yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan dalam memilih tempat berbelanja yaitu: kelompok acuan, kelas sosial, produk, harga, pelayanan, fasilitas, lokasi. Berdasarkan faktor-faktor diatas bahwa kita dapat melihat dari segi kelompok acuan yang dapat mempengaruhi individu atau kelompok masyarakat itu sendiri dalam memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja. Dan melihat dari segi pendapatan masyarakat yang dapat memperlihatkan bagaimana memposisikan diri dalam bergaya hidup. Dalam pasar tradisional banyak sekali produk-produk yang dijual terutama bahan pokok atau kebutuhan sehari-hari yang dapat memenuhi keinginan semua orang dengan

tawaran harga yang terjangkau dengan pelayanan yang baik, fasilitas yang cukup memadai, dan lokasi pasar Keramat Manjang ini cukup mudah untuk dikunjungi dengan berbagai macam sarana. Pasar Keramat Manjang adalah satu-satunya pasar tradisional yang terletak dipusat ibu kota kabupaten hulu sungai tengah yang merupakan pusat perbelanjaan mesyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka menarik untuk dilakukan penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Memilih Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah). Tujuan dari peneitian ini adalah untuk menganalisis Faktor-Faktor manakah yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja. Faktor-Faktor tersebut adalah kelompok acuan, kelas sosial, produk, harga, pelayanan, fasilitas, lokasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis akan mengangkat permasalahan yang mendasar yaitu:

1. Apakah kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, pelayanan, fasilitas, lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja?
2. Apakah kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, pelayanan, fasilitas, lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, pelayanan, fasilitas, lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, pelayanan, fasilitas, lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.

D. Definisi Operasional

Menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam mengidentifikasi judul serta permasalahan yang akan penulis teliti sebagai pegangan agar lebih fokusnya kajian lanjutan, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. (Sari, 2013, hlm. 67). Yang dimaksud dalam perilaku konsumen disini adalah bagaimana masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

2. Kelompok Acuan

Kelompok acuan merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung (keluarga) atau tidak langsung (lembaga organisasi) terhadap

sikap atau perilaku seseorang. Yang dimaksud kelompok acuan disini adalah kelompok acuan dari masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Dari masyarakat tersebut kelompok sendiri adalah dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan memiliki tujuan yang sama. Tujuannya bisa berupa tujuan individu ataupun tujuan kelompok. Sementara acuan sendiri ini adalah rujukan ataupun referensinya. (Aiman et al., 2017, hlm. 43). Jadi kelompok acuan adalah individu atau kelompok masyarakat yang mempengaruhi bagaimana masyarakat itu sendiri untuk memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan masyarakat yang relatif homogen dan permanent, yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Sesuai dengan gaya hidup kelas atas, menengah dan kebawah. Penghasilan yang mencerminkan kelas atas, menengah dan kebawah. Yang dimaksud kelas sosial disini bagaimana masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Jadi kelas sosial ini memperlihatkan bagaimana masyarakat disini dalam memilih gaya hidup dalam berbelanja dipasar tradisional.

4. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam variabel ini dapat diturunkan

item-item yang diteliti berdasarkan produk yang ada ditempat belanja yaitu variasi/keanekaragaman produk, kelengkapan produk, dan kualitas produk ditempat belanja. (Kotler, 2002, hlm. 105). Yang dimaksud produk disini adalah barang yang dapat digunakan atau dikonsumsi yang memenuhi kebutuhan masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Yang memiliki produk dengan kualitas baik dan mudah didapatkan dipasar tradisional.

5. Harga

Harga adalah apa yang dibayar seseorang untuk apa yang diperolehnya nilainya dinyatakan dalam mata uang. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan harga produk yang ada ditempat belanja yaitu harga kompetitif, kesesuaian harga barang, dan potongan harga. (Siu et al., 2001, hlm. 42). Yang dimaksud harga disini adalah harga yang terjangkau dalam membeli sebuah produk yang ada dipasar tradisional dan mudah didapatkan oleh masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

6. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan untuk membuat nyaman konsumen dalam berbelanja (Kotler, 2009, hlm. 45). Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan fasilitas yaitu kapasitas dan keamanan tempat parkir, tersedianya toilet untuk pengunjung, dan gedung/bangunan pasar yang bersih dan nyaman. Berdasarkan uraian diatas fasilitas akan dipengaruhi perilaku masyarakat

Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah dalam mengambil keputusan untuk berbelanja dipasar tradisional.

7. Pelayanan

Pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan pelayanan yaitu keramahan dan kesopanan penjual, kecepatan pelayanan, dan penanganan, keluhan dari pembeli. (Tjiptono, 2002, hlm 201). Yang dimaksud dengan pelayanan disini adalah bagaimana cara pedagang dipasar tradisional melayani para pembeli dengan baik, memberikan penawaran yang baik, dan kualitas yang baik sehingga para pembeli merasa puas akan pelayanan para pedagang.

8. Lokasi

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan letak/lokasi yaitu kemudahan sarana transportasi, letak lokasi strategis, dan waktu tempuh pendek. (Bilson, 2002, hlm. 129) Yang dimaksud lokasi disini adalah tempat atau letak pasar tradisional yaitu pasar Keramat Manjang yang terletak dipertengahan Kota Barabai sehingga masyarakat Desa Banua Asam kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah cukup mudah untuk mengunjunginya dengan berbagai macam sarana.

E. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan dengan masalah konsumen, maka penulis menemukan penelitian sebelumnya yang juga mengkaji tentang persoalan kepuasan konsumen. Namun demikian, ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang akan penulis angkat. Penelitian yang dimaksud adalah penelitian yang dilakukan:

1. Royani, Ahmad (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Lotte Mart Banjarmasin. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, dan Ekonomi Islam. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa ada pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian keputusan konsumen di Lotte Mart Banjarmasin, dilihat dari hasil uji F, nilai F hitung adalah sebesar 21,322 sementara F tabel sebesar 2,493 sedangkan nilai sig yang diperoleh adalah 0,000 dan nilai $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dibandingkan F tabel, dan nilai sig yang diperoleh lebih kecil dibandingkan nilai α . Secara parsial ada dua faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Lotte Mart Banjarmasin yaitu, faktor produk pelayanan, sedangkan faktor pribadi dan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di lotte mart banjarmasin.
2. Ihsan, Budi (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Deterjen Bubuk Oleh Pengusaha Laundry di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Skripsi, syariah dan ekonomi

islam. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan lokasi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha laundry di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah sebesar 80% yang ditunjukkan oleh R Square. Secara simultan uji F, seluruh variabel bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan lokasi) berpengaruh terhadap keputusan pembeli deterjen oleh pengusaha laundry di Kecamatan Barabai Hulu Sungai Tengah. Secara parsial uji T, variabel produk dan harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha laundry di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah, sedangkan dua variabel lainnya yaitu variabel tempat dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk oleh pengusaha laundry di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

3. Pramudyo, Anung (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja. Skripsi dari akademi manajemen administrasi YPK Yogyakarta berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel harga, lokasi, dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja. Hal ini berarti bahwa harga, lokasi, dan fasilitas penting untuk dipertimbangkan dalam menjelaskan keputusan konsumen dalam memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja. Apabila pedagang pasar tradisional dapat menentukan harga dengan tepat, lokasi yang strategis, dan

fasilitas yang memadai maka akan dapat menarik konsumen untuk memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja mereka. Sementara itu produk dan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja. Secara simultan produk, harga, lokasi, pelayanan, dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian sekarang

Keterangan	Ahmad Royani (2015)	Ihsan Budi (2017)	Anung Pramudyo (2015)	Penelitian ini
Judul Skripsi	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Lotte Mart Banjarmasin	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Deterjen Bubuk Oleh Pengusaha Laundry di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi keputusan Masyarakat Memilih Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah
Variabel yang diteliti	Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi	Produk, Harga, Tempat, dan Lokasi	Harga, Lokasi, Fasilitas	Kelompok acuan, Kelas sosial, Harga, Produk, Pelayanan, Fasilitas, Lokasi

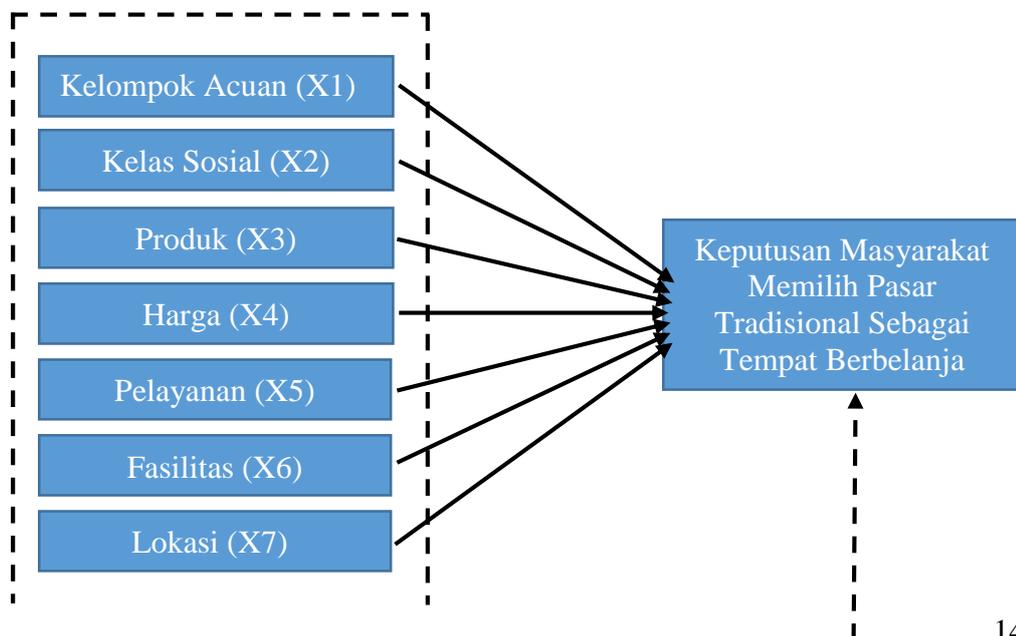
Metode Sampling	Accidental Sampling	Field Research	Accidental Sampling	Accidental Sampling
Jumlah Sampel	80 Responden	29 Responden	100 Responden	100 Responden
Metode Analisis	Regresi Liniear Berganda	Regresi Liniear Berganda	Regresi Liniear Berganda	Regresi Liniear Berganda

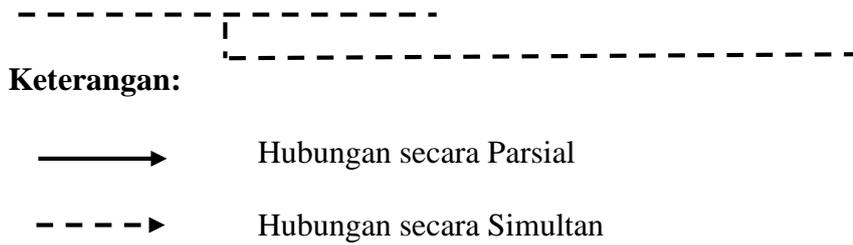
F. Kerangka Pemikiran

Pemikiran yang mendasari penelitian ini adalah kelompok acuan, kelas sosial, produk yang baik, harga yang terjangkau, pelayanan yang memuaskan, fasilitas yang memadai, lokasi yang strategis akan membuat konsumen memilih pasar tradisional sebagai tempat mereka berbelanja. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran





G. Hepotesis Penelitian

Hepotesis merupakan jawaban sementara tahapan rumusan penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2018, hlm. 63). Hepotesis adalah dugaan yang bersifat sementara yang mungkin benar dan mungkin salah sehingga dapat dianggap sebagai kesimpulan yang sifatnya sementara, sedangkan penolakan suatu hepotesis tergantung pada hasil akhir penelitian terhadap faktor-faktor yang akan dikumpulkan dan diambil dalam satu kesimpulan. Hepotesis atau jawaban sementara dari rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Diduga kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.

H0: Diduga kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.

H2: Diduga kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.

H0: Diduga kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, pelayanan, fasilitas, dan lokasi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membagi menjadi 5 (lima) bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Susunan yang ada sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, hipotesis penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI, bab ini dapat menjelaskan, menguraikan teori-teori dan menginformasikan berbagai elemen teori sehingga membentuk suatu format pemikiran teoristik yang utuh, logis, kritis, dan sistematis.

BAB III METODE PENELITIAN, pada bab ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, kriteria subjek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, teknik pengolahan data, teknik analisis data.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN LAPORAN PENELITIAN, bab ini penulis menyajikan hasil penelitian dan analisis data yang mencakup gambaran umum secara ringkas berdasarkan teori yang telah disusun serta jawaban atau rumusan masalah.

BAB V PENUTUP, bab ini penulis membuat kesimpulan atas hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.