

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dunia usaha dewasa ini semakin dinamis sehingga mendorong lahirnya banyak perusahaan, baik di bidang jasa maupun di bidang barang. Bisnis bersaing untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga produsen dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya meskipun ada perubahan.

Dengan banyaknya pemain di dunia bisnis, perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang inovatif agar tetap kompetitif dan mempertahankan usahanya dengan cara mempertahankan pelanggan agar pelanggan tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan. Dengan meningkatnya kualitas produk dan pelaku pasar, maka persaingan pun akan meningkat tajam dari tahun ke tahun.

Pendapatan laba yang maksimal dilakukan melalui penguasaan pangsa pasar dengan strategi pemasaran dan pelayanan. Salah satu produk yang dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat adalah bahan bakar minyak (BBM), karena bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang cukup mendasar bagi manusia. Bahan bakar digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti transportasi pada umumnya.

Transportasi di Indonesia sudah sangat berkembang baik transportasi darat, laut, maupun udara. Transportasi darat sendiri sudah berkembang dan menjadi kebutuhan vital, dapat dilihat pada tabel jumlah kendaraan bermotor (unit) di Kalimantan Selatan pada tahun 2015- 2017 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Kendaraan Bermotor (Unit) di Kalimantan Selatan

Tahun	Mobil Penumpang	Mobil Bis	Mobil Barang	Sepeda Motor	Jumlah
2015	215.154	121.601	236.664	1.906.056	2.479.475
2016	249.889	137.980	265.448	2.049.005	2.702.322
2017	278.994	138.268	280.868	2.256.937	2.955.067

Sumber: Badan Pusat Statistik – Kalimantan Selatan

Dalam ekonomi ada dua jenis produk yang dapat diperjualbelikan dua hal itu adalah barang dan jasa. Barang adalah jenis produk yang diperjualbelikan yang mempunyai bentuk fisik yang dapat dirasakan oleh panca indera atau mempunyai bentuk *tangible* adapun hal yang berkaitan dengan jasa adalah pelayanan. Pelayanan adalah menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Ataupun dengan makna lain adalah menyediakan sesuatu yang dibutuhkan orang lain dalam bentuk yang tidak berwujud *intangible*.

Pada era globalisasi yang sangat berkembang saat ini, ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju dapat mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat. Perusahaan- perusahaan saat ini memberikan tekanan yang besar pada logistik untuk beberapa alasan tertentu. Pelayanan dan kepuasan pelanggan telah menjadi landasan strategi pemasaran di banyak industri, dan distribusi adalah elemen pelayanan pelanggan yang penting. Terlebih lagi, logistik yang efektif telah menjadi kunci memenangkan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan

menyadari bahwa mereka dapat menarik pelanggan baru dengan memberikan layanan yang lebih baik atau harga yang lebih rendah melalui distribusi yang baik.

Keputusan pembelian adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan (Swastha dan Sukotjo, 2002, hal. 245). Maka dari itu, para pedagang harus mengerti apa kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain hal tersebut, konsumen biasanya memilih produk dari informasi yang didapatkan maupun didengar.

Salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu promosi. Widodo dalam Wedarini (2012, hal. 53) menyatakan, pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberitahu yang lain akan pengalaman mereka menggunakan produk tersebut. Pedagang yang pintar bukan hanya untuk mencari keuntungan, namun bermaksud untuk memberikan lebih banyak dari apa yang mereka janjikan. Para konsumen membeli suatu produk bukan karena bentuk fisik semata tetapi lebih pada manfaat yang akan mereka dapatkan setelah menggunakan produk tersebut.

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan jual beli. Namun tentunya orang yang berbisnis menurut Islam harus mengikuti tata cara khusus, ada aturan main yang mengatur bagaimana seorang muslim dalam bidang bisnis harus berusaha untuk mendapatkan ridha Allah SWT di dunia maupun di akhirat serta tolong-menolong antara sesama, maka berkenaan dengan hal ini, Allah berfirman dalam Q.S. an Nisa 4/29, sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿١٦٣﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.(Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah: Juz 1-30, 2014, hal.83).

Kemudian Allah memperingatkan orang beriman agar tidak memakan harta manusia dengan cara yang bathil. “ Hai orang- orang yang beriman, janganlah kami saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil,” Hai orang- orang yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian lainnya dengan cara yang bathil, yaitu dengan cara yang tidak diperbolehkan syariat seperti mencuri, korupsi, ghashab, riba, perjudian, dan sejenis itu semua. “Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu,” kecuali dengan cara yang terhormat, seperti dagang atau perniagaan yang dihalalkan oleh Allah. Ibnu Katsir berkata, “Terdapat pengecualian”. Bermakna: janganlah kamu melakukan perbuatan yang dilarang dalam rangka mencari kekayaan, tetapi lakukanlah perniagaan yang dilakukan atas dasar kerelaan masing- masing pihak.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian seseorang sudah banyak dilakukan, diantaranya memberikan hasil bahwa fasilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yaitu penelitian dari Andhinishari (2017), Rajmiati Shalehah (2018), Aditya Dwi Permadi (2018), dan Andriana Puspa Ningrum (2021). Selain itu, ada juga

penelitian lain yang memberikan hasil bertolak belakang yaitu penelitian dari Djohansjah & Pratomo (2017), hasilnya kualitas pelayanan dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, lalu penelitian dari Neliy Sa'diyah (2020), hasilnya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan hasil penelitian dari Agus Dwi Cahya (2021), hasilnya kualitas pelayanan juga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Keanekaragaman hasil penelitian menjadikan perlunya penelitian lanjutan dengan waktu dan tempat yang berbeda (Noval, dkk, 2020). Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan variabel fasilitas, pelayanan, dan eksistensi terhadap keputusan pembelian BBM melalui pom mini.

Disamping itu para pedagang perlu mengenal, mengetahui selera dan kebutuhan konsumen mulai dari meningkatkan kenyamanan fasilitas dan kenyamanan pelayanan, maksud fasilitas disini adalah segala sesuatu yang memudahkan konsumen untuk merasa puas, sedangkan yang dimaksud dengan pelayanan disini adalah sesuatu yang dilakukan dengan baik oleh penyedia jasa atau penjual. Sehingga perlu diadakan penelitian terhadap konsumen guna mengetahui dan memahami perilaku konsumen dalam kebiasaan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Penelitian konsumen perlu dilakukan dalam kaitannya dengan proses pengambilan keputusan dalam diri konsumen untuk membeli produk yang dibutuhkan.

Setiap pedagang ingin tentunya agar tetap eksis, maksud dari eksistensi disini adalah keberadaan atau kehadiran pom mini ini, maka pedagang harus memperhatikan perubahan kebutuhan konsumen untuk memenangkan persaingan

dalam berdagang. Seperti halnya dalam penjualan BBM (Bahan Bakar Minyak) yang di zaman sekarang juga mengalami perubahan dalam sarananya, karena para pedagang mulai banyak mengubah sarananya dengan menggunakan pom mini yang sebelumnya hanya menggunakan jerigen ataupun botol, sebab dengan majunya sistem teknologi sekarang konsumen lebih dipermudahnya dengan kecanggihan dalam membeli BBM.

Dalam menjalankan sebuah usaha yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan seperti perdagangan pasti sangat diperhatikan, kepuasan konsumen atau pelanggan atas produk yang dihasilkannya. Karena kepuasan konsumen sangat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk selalu mengkonsumsi suatu produk dan bagi dunia usaha perdagangan pun agar selalu bisa mempertahankan pelanggan yang menjadi aset keuntungan bagi mereka.

Keputusan konsumen memiliki berbagai macam sifat yang berbeda, karena halnya ada konsumen yang merasa puas terhadap produknya, atau harganya saja, tetapi ada juga konsumen yang merasa puas terhadap produk dan harganya bahkan dari berbagai macam halnya maka dari itu perasaan konsumen dalam merasakan kepuasan sangat bermacam-macam.

Keputusan konsumen dalam membeli BBM melalui pom mini karena disana pedagang BBM sudah banyak yang merubah sarananya menggunakan pom mini digital. Produk BBM yang dijual di pom mini pun terdiri dari berbagai macam jenis mulai dari premium, pertalite, hingga pertamax dan sekarang semenjak BBM premium dihapus, di pom mini hanya ada dua macam yaitu terdapat hanya BBM pertalite dan pertamax .

Walaupun di Desa Malintang lagi ramai-ramainya penjual BBM mengubah sarananya menggunakan pom mini digital, disamping itu ternyata sebagian pedagang yang lain juga masih ada yang berjualan BBM menggunakan jerigen atau botol. Walaupun masyarakat disana banyak yang membeli BBM menggunakan pom mini digital, akan tetapi tidak menutup kemungkinan sebagian masyarakat yang lain masih menyukai cara lama yaitu lebih memilih membeli BBM menggunakan jerigen atau botol.

Desa Malintang saya jadikan sebagai tempat penelitian karena dari 12 desa dan 2 kelurahan yang ada di Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar, Desa Malintang merupakan desa yang paling banyak mempunyai pom mini. Dari observasi awal yang saya teliti di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar terdapat ada 7 (tujuh) buah pom mini yang mana enam diantaranya masih aktif beroperasi dan satu lainnya tidak beroperasi lagi.

Sedangkan di desa-desa lain juga ada mempunyai pom mini tetapi hanya terdapat dua atau tiga buah pom mini saja. Jadi, hal yang membuat peneliti tertarik terhadap penelitian tersebut adalah ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli BBM dengan pom mini, melihat bahwasanya sebagian masyarakat yang lain juga beralih membeli BBM menggunakan pom mini, tetapi sebagian yang lain juga lebih suka atau tetap memilih membeli BBM menggunakan jerigen atau botol. Maka peneliti tuangkan dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Eksistensi Pom Mini terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli BBM di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dirumuskanlah permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Apakah fasilitas, pelayanan, dan eksistensi pom mini berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar ?
2. Apakah fasilitas, pelayanan, dan eksistensi pom mini berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas ada beberapa tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui fasilitas, pelayanan, dan eksistensi pom mini berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.
2. Untuk mengetahui fasilitas, pelayanan, dan eksistensi pom mini berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian penulis ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang terkait yaitu sebagai berikut :

1. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian BBM menggunakan pom mini dan memberikan wawasan kepada semua pihak yang memerlukan serta diharapkan menjadi salah satu pelengkap dari referensi tentang ilmu ekonomi.

2. Kegunaan Teoritis

a. Bagi Pedagang atau Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan atau rekomendasi bagi praktisi manajemen untuk mengambil kebijakan serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat, terutama strategi dalam meningkatkan penjualan.

b. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori dan sebagai bentuk aplikasi ilmiah yang peneliti terima di perkuliahan dan menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman.

c. Bagi Mahasiswa

Sebagai tambahan untuk penelitian selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan masalah serupa dengan yang diangkat oleh peneliti.

d. Bagi Almamater

Sebagai tambahan koleksi pustaka yang bermanfaat bagi mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul dan istilah-istilah dalam penelitian ini maka penulis membatasi masalah yang diteliti agar lebih terarahnya penelitian ini, penulis membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang berkuasa atau yang berkekuatan (Poerwadarminta, 2010, hal. 24). Pengaruh jika dikaitkan dengan judul penelitian ini maka suatu daya yang ada atau timbul dari fasilitas, pelayanan, dan eksistensi pom mini terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM yang akan menghasilkan pengaruhnya.
2. Fasilitas, menurut (Zakiah Daradjat, 2012, hal. 230) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Yang peneliti maksud disini adalah berbagai fasilitas pom mini yang dimiliki untuk memudahkan dalam pengisian BBM.

3. Pelayanan, menurut (Kotler, 2008, hal. 45) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah pelayanan berupa sikap penjual BBM kepada para konsumen dalam kegiatan transaksi penjualan.
4. Eksistensi, menurut (Sjafirah dan Prasanti, 2016, hal. 3-4), eksistensi diartikan sebagai keberadaan, adanya pengaruh atas ada atau tidak adanya kita. Yang peneliti maksud disini adalah eksistensi usaha atau bisnis yang berupa keberadaan dan kemunculan pom mini yang populer atau lagi *trend* dikalangan masyarakat.
5. Pom mini adalah pertamini digital yang mana pengoperasian pertamini ini sama persis dengan sistem pengoperasian di SPBU pada umumnya menggunakan mesin dan beberapa *nozzle* yang membutuhkan bantuan listrik. Pom mini yang penulis maksud disini adalah pom mini yang menggunakan dispenser yang mana tangki penyimpanannya bisa memuat BBM dengan sebanyak 200 liter dan bisa dibagi untuk berapa jumlah yang dibutuhkan pembeli.
6. Menurut Kotler (2002, hal. 49) keputusan pembelian konsumen adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Yang peneliti maksud untuk keputusan konsumen disini adalah sebuah keputusan pembelian dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk

BBM yaitu dalam hal mempertimbangkan kualitas, pelayanan, dan eksistensi hingga membuat keputusan membeli dengan penggunaan pom mini.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah pengumpulan data, hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran dengan harapan hasil penelitian dapat tersaji secara akurat dan mudah dipahami.

1. Skripsi yang dilakukan oleh Rajmiati Shalehah (2018) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membeli BBM (Bahan Bakar Minyak) Eceran Melalui Pom Mini di Kelurahan Ampah Kota”. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk pelayanan secara parsial juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen . Selanjutnya untuk lokasi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga secara simultan variabel fasilitas, pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pom mini dan mempunyai dua variabel yang sama yaitu variabel fasilitas dan pelayanan. Sedangkan perbedaannya adalah yaitu peneliti tidak

menggunakan variabel lokasi dan pada variabel y peneliti tidak menggunakan variabel kepuasan konsumen.

2. Skripsi yang dilakukan oleh Andriana Puspa Ningrum (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada PT Putera Karyasindo Prakarsa”. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas uji asumsi klasik dan uji pengaruh, dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi, sedangkan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji T dan uji F yang diolah menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga secara simultan variabel kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan dalam penelitian ini adalah keduanya menggunakan variabel pelayanan dan fasilitas. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti tidak menggunakan variabel lokasi..
3. Skripsi yang dilakukan oleh Aditya Dwi Permadi (2018) yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang oleh Konsumen dalam Menggunakan Layanan Jasa di Warnet *Smile Net*”. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan pelayanan secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian . Selain itu harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian secara simultan variabel fasilitas, pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel fasilitas dan pelayanan. Sedangkan perbedaannya adalah yaitu peneliti tidak menggunakan variabel harga.

4. Skripsi yang dilakukan oleh Andhinishari (2017) yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Kualitas Layanan, dan Keragaman Barang terhadap Keputusan Pembelian di Toserba dan Swalayan Laris Purwurejo”. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk fasilitas secara parsial juga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kualitas layanan secara parsial juga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya untuk keragaman barang juga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga secara simultan variabel lokasi, fasilitas, kualitas layanan, dan keragaman barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel fasilitas dan pelayanan. Sedangkan perbedaannya adalah yaitu peneliti tidak menggunakan variabel lokasi dan keragaman barang.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan tentang sesuatu untuk sementara waktu yang dianggap benar. Hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan yang akan diteliti sebagai jawaban sementara dari suatu masalah. Berdasarkan permasalahan penelitian maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga variabel fasilitas, pelayanan, dan eksistensi pom mini berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.
2. Diduga variabel fasilitas, pelayanan, dan eksistensi pom mini berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam membeli BBM di Desa Malintang Kecamatan Gambut Kabupaten Banjar.

H. Sistematika Pembahasan

Bab I pendahuluan, bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah dan ditetapkan tujuan penelitian. Dalam judul penelitian ini ditemukan beberapa definisi operasional yang perlu untuk dipahami supaya tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda dari penulis, selanjutnya sebagai bahan rujukan menggunakan kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu agar memudahkan penelitian dan menjamin keaslian, dan agar lebih mudah dipahami juga diperlukan sistematika pembahasan.

Bab II landasan teori, bab ini berisi mengenai masalah-masalah yang berhubungan dengan obyek penelitian melalui teori-teori mendukung serta relevan dari literatur atau buku yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti dan sumber informasi dari referensi-referensi media lain.

Bab III metode penelitian, bab ini berisi mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran dan teknik analisa data.

Bab IV laporan dan hasil penelitian, bab ini berisi tentang bagian yang berisi laporan dari hasil penelitian yang terdiri atas gambaran umum lokasi penelitian, dan hasil penelitian.

Bab V penutup, bab ini berisi mengenai kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan, dan saran-saran yang ditujukan untuk pihak-pihak terkait yaitu kepada para pedagang, dan peneliti selanjutnya.