

**ANALISIS KOMPARASI KEPUTUSAN KONSUMENTERHADAP
PEMBELIAN SAYUR PAKCOY(*Brassica rapa L.*) DI
PASAR TRADISIONALDAN PASAR MODERN
(Studi Kasus: Wilayah Marelان Kota Medan)**

SKRIPSI

Oleh :

**ANANDA RIZKI MAHESSA
NPM : 1604300177
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

**ANALISIS KOMPARASI KEPUTUSAN KONSUMENTERHADAP
PEMBELIAN SAYUR PAKCOY (*Brassica rapa L.*) DI
PASAR TRADISIONALDAN PASAR MODERN
(Studi Kasus: Wilayah Marelan Kota Medan)**

SKRIPSI

Oleh :

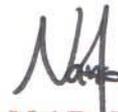
**ANANDA RIZKI MAHESSA
1604300177
AGRIBISNIS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata-1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing



Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si.
Ketua



Nana Trisna Mei Br Kabeakan, S.P., M.Si.
Anggota

Disahkan Oleh :
Dekan



Assoc. Prof. Dr. Ir. Anitanarni Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 31 Agustus 2021

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Ananda Rizki Mahessa
Npm : 1604300177

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "Analisis Komparasi Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Sayur Pakcoy (*Brassica rapa L.*) Di Pasar Tradisional dan Pasar Modern" adalah berdasarkan dari hasil penelitian pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditentukan adanya penjiplakan (*plagiarisme*), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, dengan pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Agustus 2021
Yang Menyatakan



ANANDA RIZKI MAHESSA

RINGKASAN

ANANDA RIZKI MAHESSA (1604300177) dengan judul Skripsi **“ANALISIS KOMPRASI KEPUTUSAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYUR PAKCOY (*Brassica rapa* L.) DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN”** Penelitian ini dibimbing oleh **Ibu Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si.** sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan **Ibu Nana Trisna Mei Br Kabeakan, S.P., M.Si.** sebagai Anggota Komisi Pembimbing.

Lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah Marelان Kota Medan. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan cara sengaja. Pengumpulan data penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuisisioner dan wawancara dengan metode *Nonprobability sampling / Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keputusan konsumen dan karakteristik konsumen terhadap pembelian sayur pakcoy di Pasar Tradisional dan di Pasar Modern. Pengumpulan data berupa data primer dan sekunder, data primer didapat dari observasi langsung serta wawancara langsung menggunakan *skala likert*. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau tertulis. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang tentang fenomena sosial yang kemudian ditetapkan secara spesifik oleh peneliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan perempuan lebih banyak berbelanja di Pasar Tradisional dikarenakan harga yang murah, terjangkau dan dapat melakukan tawar menawar. Pasar Tradisional dikenal oleh kalangan masyarakat tempat yang kumuh dan becek tetapi kualitas produk yang diberikan tidak kalah jauh dengan Pasar Modern. Pasar Modern sendiri merupakan tempat pembelanjaan yang diminati oleh orang yang perekonomiannya menengah ke atas dikarenakan kenyamanan dan ke higienisan yang dijaga oleh Pasar Modern. Tujuan konsumen dalam berbelanja sayur pakcoy untuk meningkatkan kesehatan dikarenakan sayur pakcoy memiliki banyak kandungan seperti protein, lemak, karbohidrat, Ca, P, Fe, vitamin A, B, C, E, dan K sehingga responden membeli banyak sayur pakcoy sebanyak <1kg sampai 3kg.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Ananda Rizki Mahessa lahir pada tanggal 29 Mei 1998 di Medan, Kelurahan Terjun, Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Ayahanda Alm. Sutrinno dan Ibunda Sri Sundari.

Pendidikan yang telah ditempuh sebagai berikut :

1. Tahun 2010 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Wahidin Sudirohusodo, Kecamatan Medan Marelan.
2. Tahun 2013 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP 20 Medan, Kecamatan Medan Marelan.
3. Tahun 2016 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA 16 Medan, Kecamatan Medan Marelan.
4. Tahun 2016 melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) pada program studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)
5. Tahun 2021 menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) pada program studi Agribisnis dengan judul “Analisis Komparasi Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Sayur Pakcoy (*Brassica rapa* L.) Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern (Studi Kasus Wilayah Marelan Kota Medan)” di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orangtua yaitu: Ayahanda Alm. Sutrisno dan Ibunda Sri Sundari yang sudah mensupport penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ir. Gustina Siregar, M.Si. sebagai Ketua Komisi Pembimbing..
3. Ibu Nana Trisna Mei Br Kabeakan, S.P., M.Si. sebagai Anggota Komisi Pembimbing
4. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan masukan dan ilmunya kepada penulis.
5. Terima kasih kepada seluruh Staff Biro Administrasi yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan Administrasi.
6. Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan bantuan dan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan seluruh Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UMSU angkatan 2016, khususnya Agribisnis 4 yang selalu memberikan bantuan dan semangat kepada penulis.

Medan, Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian.....	6
Kegunaan Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
Landasan Teori	8
Sayur Pakcoy (<i>Brassica rapa</i> L.)	8
Pengertian Pasar	9
Pasar Tradisional	9
Pasar Modern.....	10
Keputusan Konsumen	11
Proses Keputusan Konsumen	12
Bauran Pemasaran	13
Penelitian Terdahulu	17
Kerangka Pemikiran.....	19
METODE PENELITIAN.....	21
Metode Penelitian.....	21
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	21
Metode Penarikan Sampel.....	21
Metode Pengumpulan Data	22
Metode Analisis Data	26
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	28

Letak dan Geografis	28
Keadaan Penduduk	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
Karakteristik Responden Penelitian	31
Perbandingan Keputusan Konsumen	31
Keputusan Konsumen	38
PENUTUP.....	42
Kesimpulan.....	42
Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	BPS Produksi Sawi/Petsai Sumateraa Utara	4
2.	Uji Validitas Pasar Tradisional	24
3.	Uji Validitas Pasar Modern	25
4.	Uji Reliabilitas Pasar Tradisional.....	25
5.	Uji Realibilitas Pasar Modern	26
6.	Grafik Luas Kelurahan Marelana.....	28
7.	Jumlah Penduduk (Jiwa)	29
8.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Kelurahan	29
9.	Komposisi Mata Pencaharian Penduduk.....	30
10.	Jenis Kelamin Responden	31
11.	Pekerjaan Responden	31
12.	Pengeluaran Responden	32
13.	Pembelian Responden	32
14.	Tujuan Responden	33
15.	Produk Pasar Tradisional	34
16.	Produk Pasar Modern	34
17.	Harga Pasar Tradisional	35
18.	Harga Pasar Modern.....	35
19.	Lokasi Pasar Tradisional	36
20.	Lokasi Pasar Modern.....	36
21.	Pelayanan Pasar Tradisional.....	37
22.	Pelayanan Pasar Modern	37
23.	Uji <i>Mann-Whitney</i>	38
24.	Test Statistics.....	39

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	20
2.	Irian Plaza	63
3.	Ruangan Irian Plaza	63
4.	Sayur Pakcoy	63
5.	Pasar Tradisional Marelan	64
6.	Posisi Luar Pasar Tradisional Marelan.....	64
7.	Posisi Dalam Pasar Tradisional Marelan.....	64
8.	Konsumen Berbelanja Pakcoy.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	47
2.	Pasar Tradisional Biodata Responden.....	51
4.	Data Rincian Produk Pasar Tradisional	53
5.	Data Rincian Harga Pasar Tradisional	54
6.	Data Rincian Lokasi Pasar Tradisional	55
7.	Rincian Data Pelayanan Pasar Tradisional	56
8.	Biodata Responden Pasar Modern	57
9.	Rincian Data Produk Pasar Modern.....	59
10.	Rincian Data Harga Pasar Modern.....	60
11.	Rincian Data Lokasi Pasar Modern.....	61
12.	Rincian Data Pelayanan Pasar Modern	62
13.	Pasar Modern	63
14.	Pasar Tradisional	64

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasar produk pertanian berkembang seiring waktu dengan peningkatan populasi masyarakat yang terus meningkat. Petani sayur pakcoy pada awalnya hanya menjual produknya ke pedagang pengumpul, kini petani dapat menjual produknya ke pasar tradisional dan pasar modern yang dimana konsumen masih menjadikan pasar tradisional sebagai pilihan utama untuk membeli bahan pangan segar seperti sayur pakcoy, kini dengan adanya pasar modern yang juga menawarkan produk segar yang sama menyebabkan persaingan harga serta kualitas produk yang ditawarkan. Nilai kualitas produk biasanya ditentukan oleh konsumen sehingga konsumen dapat memberikan nilai kualitas produk yang baik. Apabila konsumen menaruh sikap positif dalam evaluasi pembeliannya, maka timbullah kepuasan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. Kepuasan yang terus menerus mengakibatkan pembelian ulang dan menumbuhkan loyalitas konsumen. Hal ini tidak terlepas dari keputusan konsumen dalam membeli yang dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis (Kurniawan, 2016).

Pasar Tradisional dikenal masyarakat dengan lingkungan yang kotor dan kumuh, sehingga Pasar Tradisional kalah saing dibandingkan dengan Pasar Modern. Selain itu, Pasar Tradisional terkenal dengan pasar yang kotor, kumuh dan sempit, sehingga berbelanja disana membuat kaki kotor dan berlumpur, rata-rata makanan siap saji di pasar tradisional kurang higienis dikarenakan tempat yang terbuka dan polusi, ketidak tahuan pedagang dalam mengembangkan usaha juga sulitnya menempati tempat yang sudah ditentukan dan berkontribusi biaya.

Orang-orang yang berbelanja ke pasar tradisional pun selalu identik dengan tempat kelompok masyarakat kelas menengah kebawah, karena sebagian besar konsumen Pasar Tradisional sangat sensitif terhadap harga yang merupakan karakteristik dari masyarakat menengah kebawah (Noor dan Hertiana, 2016).

Pasar Modern yaitu pasar yang dibangun oleh pemerintah, koperasi dan perusahaan swasta yang bentuknya berupa *mall*, *supermarket*, *departement store* dan *shopping center* yang pengolahannya dilaksanakan secara modern dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja serta mempermudah pelanggan mencari bahan yang dibutuhkan dan dilengkapi dengan label harga yang pasti. Pasar Modern tidak banyak berbeda dengan pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung, melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang dan menjual barang yang berkualitas. Berada dalam bangunan dan pelayannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh karyawan modern, sehingga pelanggan merasa nyaman berada di Pasar Modern. Barang-barang yang dijual selain bahan makanan, seperti buah, sayuran, daging, dan bahan pokok lainnya pasar modern juga menjual peralatan rumah serta elektronik. Bahan makanan di pasar modern dapat bertahan lama karena dikemas dengan kedap udara (Guspul, 2015).

Karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian konsumen dan karakteristik demografi konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak mengenai produk mungkin tidak termotivasi untuk mencari informasi, karena sudah merasa cukup dengan pengetahuan yang dia miliki untuk mengambil keputusan. Konsumen yang memiliki kepribadian senang mencari informasi akan

meluangkan waktu untuk mencari informasi yang lebih banyak. Pendidikan adalah salah satu karakteristik demografi. Konsumen yang berpendidikan tinggi akan lebih senang mencari informasi yang banyak mengenai suatu produk sebelum memutuskan untuk membeli (Masyhuri dan Supri, 2017).

Pasar Tradisional dan Pasar Modern mengalami persaingan yang mengakibatkan Pasar Tradisional mengalami penurunan. Dengan maraknya Pasar Modern dan semakin banyaknya kehadiran para pedagang informal di wilayah perkotaan menjadi salah satu pertanda semakin ketatnya persaingan yang harus diperhatikan. Pasar Modern mengalami peningkatan dikarenakan kenyamanan yang diberikan Pasar Modern, seperti tempat yang bersih, berada di ruangan, barang yang tertata rapi dan banyaknya barang berkualitas (Fahrina, 2019).

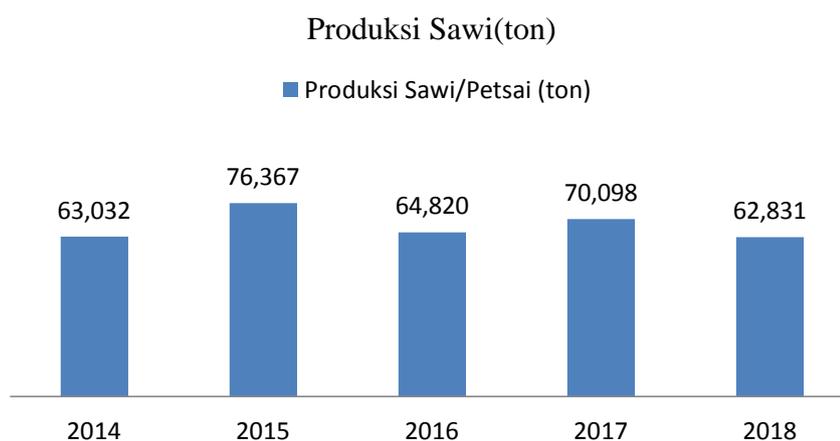
Tanaman sawi pakcoy (*Brassica rapa* L.) merupakan salah satu jenis tanaman yang telah dibudidayakan oleh masyarakat karena memiliki komersial dan prospek yang baik. Pakcoy salah satu jenis sayuran–sayuran yang sangat digemari masyarakat kelas bawah maupun masyarakat kelas atas. Budidaya pada tanaman pakcoy diperbanyak dikarenakan untuk memproduksi tanaman sayur pakcoy mudah di budidayakan. Tanaman pakcoy dapat tumbuh baik di tempat yang berhawa panas maupun berhawa dingin, sehingga dapat diusahakan dari dataran rendah maupun dataran tinggi. Meskipun demikian hasil yang lebih baik berada didataran tinggi. Tanaman sayur pakcoy juga resisten terhadap air hujan sehingga dapat di tanam sepanjang tahun (Wahyuningsih, 2016).

Tanaman pakcoy adalah jenis tanaman yang mudah dibudidayakan, batang dan daunnya yang lebar, membuat sawi ini digemari masyarakat dalam jenis menu masakan. Sayur pakcoy merupakan tanaman yang berumur pendek yaitu pada

umur 45 hari setelah tanam sudah dapat dipanen. Hal ini memberikan prospek bisnis yang cukup bagi petani sawi pakcoy dikarenakan budidaya yang mudah, sayuran ini tahan terhadap hujan dan dapat dipanen sepanjang tahun tidak tergantung oleh musim, pada musim kemarau sayur pakcoy harus diperhatikan terhadap penyiraman yang teratur agar dapat tumbuh dengan baik (Rizal, 2017).

Sawi pakcoy merupakan sayuran yang diminati masyarakat dari anak-anak sampai orang tua. Sawi pakcoy memiliki kandungan yang baik bagi tubuh untuk menjaga metabolisme tubuh, karena sawi pakcoy mengandung protein, lemak, karbohidrat, Ca, P, Fe. Vitamin A, B, C, E dan K yang baik untuk kesehatan dan sawi pakcoy mengandung gizi yang baik bagi ibu hamil karena dapat menghindarkan dari anemia. Keunggulan sawi pakcoy memiliki banyak khasiat dan kegunaan seperti, meningkatkan imune tubuh, menjaga jantung, dll. Sawi pakcoy banyak digunakan di rumah makan karena rasa yang dimiliki sawi pakcoy memiliki rasa manis sehingga sayur pakcoy digemari oleh anak-anak (Rizal, 2017).

Tabel 1 BPS Produksi Sawi Sumatera Utara 2018



Sumber : (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2019)

Berdasarkan Tabel 1 produksi pakcoy mengalami naik dan turun produksi tanaman sawi/petsai. Produksi sawi/petsai pada tahun 2014 sebesar 63.032ton, pada tahun 2015 produksi sawi/petsai mengalami peningkatan sebesar 76.367ton, pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 64.820ton, pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 70.098ton, pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 62.831ton. Pasang surutnya produksi sawi/petsai yang dimana berdampak pada produksi tanaman pakcoy akibat lahan pertanian yang menyempit, sehingga kebutuhan masyarakat akan bahan pangan berkurang. Hal ini menyebabkan meningkatnya permintaan sayur pakcoy.

Pada saat ini masyarakat lupa akan menjaga kesehatan dikarenakan tren yang sedang berada di kota besar seperti Kota Medan. Pada tren ini masyarakat banyak mengkonsumsi makanan yang manis atau makanan yang sedang tren, sedikit masyarakat yang sadar akan mengkonsumsi makanan yang sehat. Masyarakat yang sadar akan kesehatan lebih banyak mengkonsumsi sayur-sayuran dan buah-buahan. Tidak lagi asal mengenyangkan perut, tetapi juga menjaga kesehatan tidak heran masyarakat mengurangi konsumsi nasi karena mengandung gula. Banyak penyakit yang disebabkan oleh pola makan yang tidak tepat, mangkanya banyak masyarakat mengkonsumsi sayur pakcoy yang banyak kandungan gizi, vitamin dan karbohidrat yang dibutuhkan tubuh (Irdhawati, 2018).

Penelitian ini dilakukan karena minimnya masyarakat yang kurang paham akan manfaat sayur pakcoy itu sendiri sehingga permintaan sayur pakcoy cenderung sedikit di pasar tradisional dan pasar modern sehingga menyongsong permintaan konsumen tertentu. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian lebih lanjut mengenai “**Analisis Komparasi Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Sayur ‘PAKCOY’ di Pasar Tradisional dan Pasar Modern**”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam pembelian sayur pakcoy di Pasar Tradisional dan Pasar Modern?
2. Bagaimana keputusan konsumen saat berbelanja di Pasar Modern dan Pasar Tradisional?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen sayur pakcoy di pasar tradisional dan pasar modern.
2. Untuk mengetahui keputusan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional dan modern.

Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagaiberikut :

1. Bagi pihak terkait, dapat memberikan informasi berupa masukan dan gambaran bagi kedua belah pihak.
2. Bagi peneliti, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang apa yang diteliti dan dapat mempraktekkan teori yang selama ini penulis dapatkan dibangku kuliah.

3. Bagi pihak lain dapat menjadikan skripsi ini sebagai bahan referensi untuk melanjutkan hasil yang di dapat si peneliti atau memberikan perbandingan yang di dapat oleh peneliti selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Sayur Pakcoy (*Brassica rapa L.*)

Sayur pakcoy (*Brassica rapa L.*) merupakan tanaman dari keluarga Brassicaceae yang masih berada dalam satu genus sawi putih/persai dan sawi hijau/casim. Sayur pakcoy merupakan sayuran yang memiliki kandungan air tinggi, kandungan serat yang dibutuhkan tubuh dan kandungan vitamin, karbohidrat, dan protein yang dibutuhkan tubuh. Pakcoy berasal dari negara cina dan menjadi sayuran yang digemari masyarakat cina sehingga dibudidayakan setelah abad ke-5 serta diperluas di cina selatan dan cina pusat serta Taiwan (Setiawan, 2014). Saat ini pakcoy termasuk dalam kelompok tanaman sawi yang mudah didapat dengan harga yang ekonomis (Rizal, 2017).

Pakcoy (*Brassica rapa L.*)

Klasifikasi tanaman Pakcoy sebagai berikut :

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Divisi	: <i>Magnolophya</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i>
Ordo	: <i>Rhoedales (Brassicales)</i>
Famili	: <i>Brassicaceae</i>
Genus	: <i>Brassica</i>
Spesies	: <i>Brassica chinensis L.</i>

Sawi pakcoy merupakan sayuran yang sangat diminati masyarakat dari anak-anak sampai orang tua, karena sawi pakcoy banyak mengandung protein, lemak, karbohidrat, Ca, P, Fe, Vitamin A, B, C, E dan K yang sangat baik untuk

kesehatan dan sawi pakcoy mengandung gizi yang baik bagi ibu hamil karena dapat menghindarkan dari anemia(Yama, 2020).

Pengertian Pasar

Pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli yang saling melakukan transaksi jual beli. Didalam pasar kegiatan transaksi tawar menawar terjadi antara pembeli dan penjual. Menurut Kotler dan Armstrong (1999) mendefinisikan pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jasa. Ukuran dari pasar sendiri tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan. Memiliki kemampuan dalam pertukaran. Banyak pemasar memandang penjual sebagai industri dan pembeli sebagai pasar, dimana penjual mengirimkan produk dan jasa yang mereka produksi dan mengkomunikasikan atau menyampaikan kepada pasar (Agustina, 2018).

Pada awal sejarah kehidupan manusia, manusia tidak mengenal istilah jual beli dan seiring perjalanan waktu, manusia mengenal namanya barter, selanjutnya berkembang menjadi jual-beli menggunakan alat perantara, termasuk didalamnya uang dengan berbagai jenis dan beraneka cara yang ditempuh. Jual beli dengan uang berjalan dan berproses, mulai dari yang sederhana yaitu tidak memerlukan keahlian khusus seperti manajemen dan administrasi, sampai kepada proses transaksi yang maju dan modern, yang membutuhkan berbagai persyaratan dan keahlian sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman (Romansyah, 2015).

Pasar Tradisional

Pasar Tradisional adalah tempat yang mempertemukan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi jual beli dan dapat tawar menawar harga. Pasar tradisisonal dapat dikatakan sebagai salah satu komponen utama pembentukan

komunitas masyarakat baik di desa maupun kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia. Pasar tradisional berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota. Perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan per Kotaan. Pasar tradisional biasanya berdiri dititik tengah suatu wilayah sehingga akan memudahkan masyarakat dari segala penjuru pada wilayah layanan pasar itu untuk datang. Sehingga suasana persaingan antara satu pasar tradisional dan pasar tradisional lainnya sangat minim. Hanya saja sedikit penduduk yang rumahnya lebih dekat ke suatu pasar tradisional berbelanja ke pasar tradisional lainnya (Rantung, 2016).

Pedagang tradisional minim dalam strategi perencanaan akses permodalan yang disebabkan jaminan yang tidak mencukupi, tidak adanya skala ekonomi, tidak mempunyai jaminan kerja sama dengan pemasok besar, manajemen pengadaan yang buruk, dan lemahnya kemampuan dalam menyesuaikan keinginan konsumen (Noor dan Hertiana, 2016).

Pasar Modern

Pasar modern adalah suatu keberadaan yang tidak dapat dihindari sebagai implikasi dari modernisasi pasar. Agar terjadi perimbangan yang mendekati ideal ketika disandingkan dengan pasar tradisional, maka diperlukan regulasi kebijakan daerah agar pedagang kecil, menengah dan koperasi serta pasar tradisional dapat tumbuh dan berkembang bersama-sama dengan pedagang pasar modern secara serasi, seimbang dan berkeadilan serta jauh dari praktek-praktek monopoli (Eliza, 2011).

Perkembangan pasar modern seperti minimarket dan supermarket akhir-akhir ini telah menggeser peran dari pasar tradisional. Sebagian masyarakat terutama masyarakat yang tinggal di kota, telah memenuhi kebutuhan rumah tangga dengan berbelanja di pasar modern. Kehadiran pasar modern dirasa lebih menguntungkan karena memunculkan berbagai alternatif tempat berbelanja dan gampang untuk mencari kebutuhan yang diinginkan. Pasar modern berhasil menangkap kebutuhan konsumen, mampu memenuhi keinginan serta selera konsumen, sementara pasar tradisional lambat merespon perubahan perilaku berbelanja konsumen yang semakin dinamis (Timoer dan Arlin, 2019).

Keputusan Konsumen

Perkembangan dunia bisnis yang dibarengi dengan perubahan pola pikir konsumen yang dinamis mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Keberadaan konsumen memberikan pengaruh terhadap tujuan akhir pencapaian pedagang atau perusahaan, yaitu memperoleh keuntungan atau laba melalui pembelian produk disertai dengan kepuasan konsumen yang akan berakhir dengan terjadinya pembelian secara terus-menerus. Karena hal inilah pedagang atau perusahaan harus memahami faktor penyebab terjadinya keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk agar konsumen membeli barang dan jasa yang dibutuhkan.

Sebelum membeli suatu produk atau jasa, umumnya konsumen melakukan evaluasi untuk melakukan pemilihan produk atau jasa. Evaluasi dan pemilihan yang digunakan akan menghasilkan suatu keputusan. Pengambilan keputusan sendiri merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan konsumsi. (Sari, 2018)

Proses Keputusan Konsumen

Konsumen memiliki proses terhadap keputusan barang yang akan diambil. Proses tersebut adalah sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang akan dilakukan konsumen. Kelima tahapan yang dimaksud ialah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan dan pasca pembelian.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perilaku konsumen memiliki tindakan langsung yang terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi. Keputusan konsumen memiliki beberapa proses yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Konsumen mempersepsikan perbedaan antara yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan proses keputusan.

2. Pencarian Informasi

Seseorang yang tergerak oleh stimulus akan berusaha mencari lebih banyak informasi. Seberapa pencarian yang dilakukan tergantung kekuatan dorongannya, jumlah informasi yang dimiliki, kemudahan dalam memperoleh informasi tambahan, nilai yang diberikan pada informasi tambahan dan kepuasan yang diperoleh. Sumber-sumber terdiri dari empat kelompok:

- a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan saudara
- b. Sumber komersial: Iklan, tenaga penjual, pedagang perantara, dan pengemasan.

- c. Sumber pengalaman: penanganan, pemeriksaan dan penggunaan produk.
- d. Sumber publik: organisasi

3. Evaluasi Alternatif

Konsumen berupaya untuk mengurangi perasaan tidak pasti. Konsumen mengevaluasi pilihan yang berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyampaikan pilihan hingga alternatif yang dipilih.

4. Pembelian

Konsumen melakukan pembelian yang nyata berdasarkan alternatif yang telah dipilih. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli atau tidak dibeli.

5. Konsumsi

Pada tahap ini, konsumen menggunakan alternatif dalam pembelian. Biasanya tindakan pembelian diikuti oleh tindakan mengkonsumsi atau menggunakan produk

6. Evaluasi setelah pembelian

Proses pengambilan keputusan tidak berhenti pada tahap pengkonsumsian, melainkan berlanjut ke evaluasi produk yang dikonsumsi, yang mengarah pada respon puas atau tidak puas.

Bauran Pemasaran

1. Lokasi

Lokasi sangat berhubungan dengan dimana sebuah perusahaan didirikan dan melakukan operasi. Para pengusaha selalu berusaha mencari lokasi usaha yang strategis, yang mudah terlihat dan terjangkau oleh konsumen. Lokasi sangat mempengaruhi keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Lokasi yang

jauh dari jangkauan konsumen tidak akan diminati konsumen untuk dikunjungi. (Sumarwan, 2003).

Ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

- a. Konsumen mendatangi pemberi jasa: apabila keadaannya seperti ini, maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau dengan kata lain harus strategis.
- b. Pemberi jasa mendatangi konsumen: dalam hal ini tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- c. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti service provide dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer atau surat. Dalam hal ini lokasi tidak penting selama komunikasi antara kedua pihak dapat terlaksana.

Lokasi indikatornya:

- a. Mudah transportasinya
- b. Waktu tempuh yang dibutuhkan singkat
- c. Jarak dari rumah ke pasar dekat
- d. Lokasi strategis
- e. Lokasi dekat dengan pusat keramaian

2. Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Dalam arti lain

harga merupakan jumlah uang yang telah di sepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal.

Penetapan harga adalah yang paling krusial dan sulit diantara unsur-unsur dalam bauran ritel. Harga adalah satu-satunya unsur dalam berbagai unsur bauran pemasaran ritel yang akan mendatangkan laba bagi peritel. Sedangkan unsur-unsur dalam bauran pemasaran justru akan menghabiskan biaya. Bagi perusahaan perdagangan ritel yang baru berdiri, yang belum memiliki sistem maupun orang yang telah ahli dalam hal *pricing* (harga), satu-satunya cara adalah merekrut orang yang telah ahli dalam hal *pricing* dan sekaligus membeli sistem yang sesuai. Bagi peritel kecil, penentuan harga pokok mereka relatif mudah. Ada dua faktor penting bagi mereka yaitu besarnya laba yang akan diambil dan faktor pesaing (Sumarwan,2003).

3. Produk

Produk adalah kegiatan pengadaan barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko, untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko (Sumarwan, 2003). Hal-hal yang berkenaan dengan manajemen produk adalah:

- a. Target market
- b. Jenis gerai
- c. Lokasi dimana gerai berada
- d. Kemampuan pemasok
- e. Biaya
- f. Kecendrungan mode produk

Pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara. Salah satu cara yang digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Berdasarkan kriteria ini ada tiga kelompok produk. Yaitu:

a. Barang tidak tahan lama (*Nondurable Goods*)

Barang tidak tahan lama (*Nondurable Goods*) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau dalam beberapa kali pemakaiannya atau dalam kata lain umur ekonomisnya kurang dari satu tahun. Contohnya sabun, minuman, gula, garam, dan makanan ringan.

b. Barang tahan lama (*Durable Goods*)

Barang tahan lama (*Durable Goods*) adalah barang yang berwujud yang biasanya dapat bertahan lama dan memiliki unsur ekonomis lebih dari satu tahun. Contohnya mobil, komputer, mesin cuci, dll.

c. Jasa (*Services*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya salon kecantikan, hotel, rumah sakit, bengkel, dll.

4. Pelayanan (*Service*)

Pelayanan atau jasa adalah setiap tindakan dan perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun non fisik.

Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka pelayanan dipersepsikan sebagai pelayanan yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang

diteria lebih rendah dari yang diharapkan maka pelayanan dipersepsikan sebagai pelayanan yang buruk (Sumarwan, 2003)

Pelayanan indikatornya:

- a. Pelayanan penjual yang cepat
- b. Sikap penjual yang ramah
- c. Menitik beratkan pada kepuasan konsumen
- d. Menyediakan tempat kritik dan saran

Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut. Fasilitas pelayanan pasar yang baik, kemudahan pengambilan barang, penyerahan, kredit dan pelayanan barang secara menyeluruh merupakan pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap pasar swalayan. Sikap pramuniaga yang sopan dan ramah merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan konsumen.

Penelitian Terdahulu

Agustina (2018) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Penyebab Konsumen Lebih Memilih Berbelanja di Pasar Tradisional dibandingkan Pasar Modern (Studi Kasus : Kota Metro)“. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab konsumen yang lebih memilih berbelanja di pasar tradisional ketimbang berbelanja di pasar modern. Selain itu juga untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen serta perekonomian masyarakat sekitar yang akan berbelanja di pasar tradisional. Menurut konsumen keunggulan berbelanja di pasar tradisional bisa tawar menawar harga ketimbang berbelanja di

pasar modern. Kesimpulan dari penelitian ini adalah konsumen yang lebih tertarik berbelanja di pasar tradisional karena dapat berinteraksi langsung dengan si penjual, bisa tawar menawar dan barter. Menurut mereka berbelanja di pasar modern tidak dapat tawar menawar karena harga yang ditetapkan sesuai dengan harga yang tercantum dalam barcode (label).

Kurniawan (2016) telah melakukan penelitian mengenai perilaku konsumen pasar tradisional dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen yang Berbelanja Bahan Makanan Harian di Pasar Modern dan Pasar Tradisional (Studi Kasus : Pasar Modern Hypermart dan Pasar Tradisional Tavip, Kota Binjai Provinsi Sumatera Utara)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan baik oleh pasar modern maupun pasar tradisional. Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara keseluruhan konsumen mempunyai sikap yang positif untuk kedua pasar, meskipun nilai indeks sikap konsumen terhadap pasar modern maupun pasar tradisional. Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara keseluruhan konsumen mempunyai sikap yang positif untuk kedua pasar, meskipun nilai indeks sikap konsumen terhadap pasar modern lebih tinggi dibandingkan dengan nilai indeks sikap konsumen terhadap pasar tradisional. Atribut yang paling berpengaruh adalah letak lokasi suatu pasar.

Anastasya (2019) telah melakukan penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan dalam memilih pasar tempat berbelanja yang ber-judul “Pengaruh perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan dalam memilih pasar tradisional dan pasar modern”. (Studi kasus: pasar tradisional Sei Sikambing dan pasar modern berastagi supermarket) penelitian ini

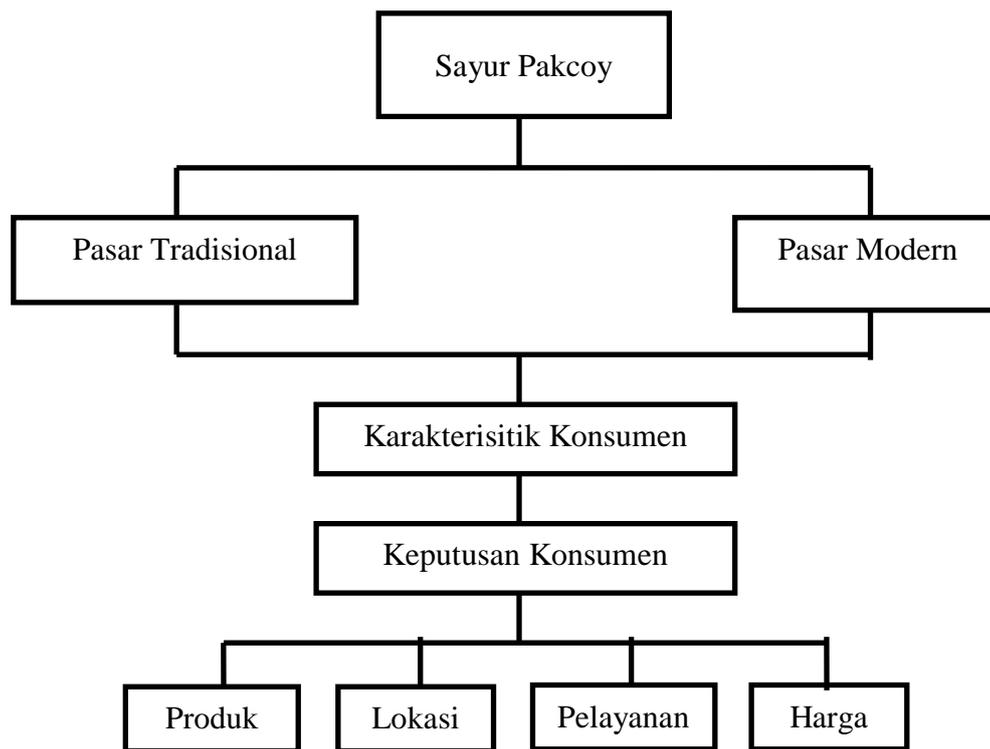
bertujuan untuk Untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor lokasi, produk, harga, dan pelayanan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Pasar Tradisional (Sei Sikaming) dan Pasar Modern (Brastagi Supermarket) dan kesimpulan dari penelitian ini adalah Pada Korelasi Rank Spearman tidak semua faktor yang memiliki hubungan kuat terhadap keputusan konsumen dalam memilih pasar. Hanya tiga faktor saja yang memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan konsumen, yaitu faktor Lokasi dengan hasil nilai sig $0,000 < 0,05$, Produk dengan hasil nilai sig $0,042 < 0,05$ dan Pelayanan dengan hasil nilai sig $0,000 < 0,05$. Namun pada faktor harga dengan nilai sig $0,138 > 0,05$ dapat dikatakan faktor tersebut tidak memiliki hubungan yang kuat dengan keputusan konsumen dalam memilih Pasar

Kerangka Pemikiran

Konsumen adalah orang yang melakukan pembelian sayur pakcoy di pasar tradisional (pasar 5 marelan) dan pasar modern (irian marelan). Konsumen melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Konsumen akan memenuhi semua yang diperlukan untuk kehidupannya agar merasa sehat dan nyaman untuk melakukan aktivitas.

Konsumen yang berbelanja sayur pakcoy di Pasar Modern dan Pasar Tradisional memiliki karakteristik sendiri dalam memilih keputusan pembelian. Keputusan konsumen memiliki beberapa faktor yaitu produk, lokasi, pelayanan, dan harga.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya faktor-faktor dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan konsumen untuk memilih berbelanja di pasar tradisional atau di pasar modern.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Studi kasus penelitian ini menggunakan metode *evaluasi*. Evaluasi berarti metode yang digunakan untuk bagian dari proses pembuatan keputusan, yaitu untuk membandingkan suatu kejadian, kegiatan dan produk dengan standar dan program yang telah ditetapkan. metode *evaluasi* yang digunakan yaitu *evaluasi formatif* yang menekankan pada produk. Metode *evaluasi formatif* yang digunakan untuk mendapatkan *feedback* dari suatu aktivitas dalam bentuk proses, sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas program atau produk berupa barang atau jasa (Sugiyono, 2017).

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Modern (Irian Marelan) dan Pasar Tradisional (Pajak Pasar 5) Marelan Sumatera Utara. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara Purposive yaitu secara sengaja karena lokasi yang ingin diteliti sesuai dengan karakteristik yang akan diteliti oleh peneliti. Karakteristik yang ingin diteliti oleh peneliti ialah jenis kelamin, pekerjaan, pengeluaran dalam sebulan, pembelian dalam sebulan dan tujuan pembelian. Penentuan lokasi tersebut diambil karena daerah marelan adalah daerah yang akan diteliti peneliti.

Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan kriteria penelitian.

Sampel yang diambil adalah konsumen yang berbelanja sayur pakcoy di pasar tradisional dan pasar modern, responden diambil berdasarkan kesediaan responden untuk mengisi seluruh jumlah 30 responden di pasar tradisional dan 30 responden di pasar modern. Karena menurut (Sugiyono, 2017) jumlah responden sebanyak 30 sudah dapat mewakili dalam uji statistik.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari observasi langsung serta wawancara langsung menggunakan kuesioner. Sedangkan data sekunder yaitu data yang di peroleh melalui studi kepustakaan yang mendukung penelitian ini.

Data Primer

Data primer didapat dari pengambilan data menggunakan instrumen berupa kuisisioner dan menggunakan skala likert. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberibeberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab oleh responden. Kuisisioner digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan pengambilan keputusan konsumen membeli sayur pakcoy di pasar tradisional dan di pasar modern. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang tentang fenomena sosial yang kemudian ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2013).

Penggunaan kriteria skala likert sebagai berikut :

1. Sangat tidak setuju (STS) = 1
2. Tidak setuju (TTS) = 2
3. Kurang setuju (KS) = 3

4. Setuju (S) = 4

5. Sangat setuju (ST) = 5

Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh dengan cara mencatat laporan atau dokumen dari instansi-instansi yang berkaitan dengan penelitian, antara lain Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Medan secara literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji tingkat ketepatan kuesioner dalam mengukur variabel kualitas produk, harga, lokasi dan pelayanan. Uji validitas menggunakan analisis Korelasi Pearson, perhitungannya menggunakan bantuan komputer program SPSS. Keputusan valid tidaknya dengan melihat tingkat signifikan komputer. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika menunjukkan hasil yang signifikan pada tingkat keyakinan 5% (Sudjana, 2017).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah instrumen penelitian yang digunakan benar-benar dapat dipercaya jika diujikan berulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, perhitungannya menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS. Menurut Nunnally suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 (Ghozali, 2018)

Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas Pasar Tradisional

No	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Kualitas produk	0,830	0,361	Valid
2	Memiliki banyak kandungan gizi	0,780	0,361	Valid
3	Persediaan tidak terbatas	0,722	0,361	Valid
4	Harga terjangkau	0,692	0,361	Valid
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0,678	0,361	Valid
6	Pemberian diskon mendorong konsumen membeli pakcoy	0,524	0,361	Valid
7	Lokasi parkir yang aman dan memadai	0,746	0,361	Valid
8	Akses yang mudah dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum	0,775	0,361	Valid
9	Jalan yang lebar, mulus, dan tidak macet	0,700	0,361	Valid
10	Pekerja toko yang ramah dalam melayani konsumen	0,837	0,361	Valid
11	Karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanjaan konsumen ke kendaraan	0,739	0,361	Valid
12	Kemampuan para pekerja dalam membantu konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan	0,621	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan hasil yang dimana uji tersebut dinyatakan Valid dikarenakan r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,361) sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

Tabel 3 Uji Validitas Pasar Modern

No	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Kualitas produk	0,844	0,361	Valid
2	Memiliki banyak kandungan gizi	0,840	0,361	Valid
3	Persediaan tidak terbatas	0,726	0,361	Valid
4	Harga terjangkau	0,517	0,361	Valid
5	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0,499	0,361	Valid
6	Pemberian diskon mendorong konsumen membeli pakcoy	0,692	0,361	Valid
7	Lokasi parkir yang aman dan memadai	0,898	0,361	Valid
8	Akses yang mudah dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum	0,880	0,361	Valid
9	Jalan yang lebar, mulus, dan tidak macet	0,862	0,361	Valid
10	Pekerja toko yang ramah dalam melayani konsumen	0,770	0,361	Valid
11	Karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanjaan konsumen ke kendaraan	0,719	0,361	Valid
12	Kemampuan para pekerja dalam membantu konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan	0,835	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan hasil yang dimana uji tersebut dinyatakan Valid dikarenakan r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,361) sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas Pasar Tradisional

Reliability Statistics			
No	Nama	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Produk	0,786	Reliabel
2	Harga	0,652	Reliabel
3	Lokasi	0,773	Reliabel
4	Pelayanan	0,664	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan hasil yang Reliabel dikarenakan *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

Tabel 5 Uji Realibilitas Pasar Modern

Reliability Statistics			
No	Nama	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Produk	0,792	Reliabel
2	Harga	0,622	Reliabel
3	Lokasi	0,911	Reliabel
4	Pelayanan	0,832	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan hasil yang Reliabel dikarenakan *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

Metode Analisis Data

Untuk menyelesaikan permasalahan pertama mencari tahu karakteristik responden terhadap jenis kelamin, pekerjaan, pengeluaran dalam sebulan, pembelian sayur pakcoy dalam sebulan, dan tujuan pembelian sayur pakcoy.

Untuk menyelesaikan permasalahan kedua metode yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian adalah uji *Mann-Whitney Test* yaitu pengujian menganalisis perbedaan perilaku dari dua populasi (Pasar Tradisional dan Pasar Modern). Uji ini digunakan untuk menguji signifikan hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal (Sugiyono, 2012).

Uji Mann-Whitney

Uji *Mann-Whitney* digunakan untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal. Test ini merupakan yang terbaik untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel independen bila datanya berbentuk ordinal. Ukuran sampel tidak harus sama karena sampel tersebut tidak berpasangan atau independen sehingga kedua sampel tidak saling mempengaruhi. Sampel diambil dari 2 populasi, dimana perbedaan

kedua populasi diamati berdasar sampel acak dari populasi tersebut (Sulaiman, 2005).

Model uji *Mann-Whitney* yaitu:

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2(n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Dimana:

n_1 = Jumlah sampel pertama

n_2 = Jumlah sampel kedua

R_1 = Jumlah ranking sampel pertama

R_2 = Jumlah ranking sampel kedua

U_1 = Jumlah peringkat pertama

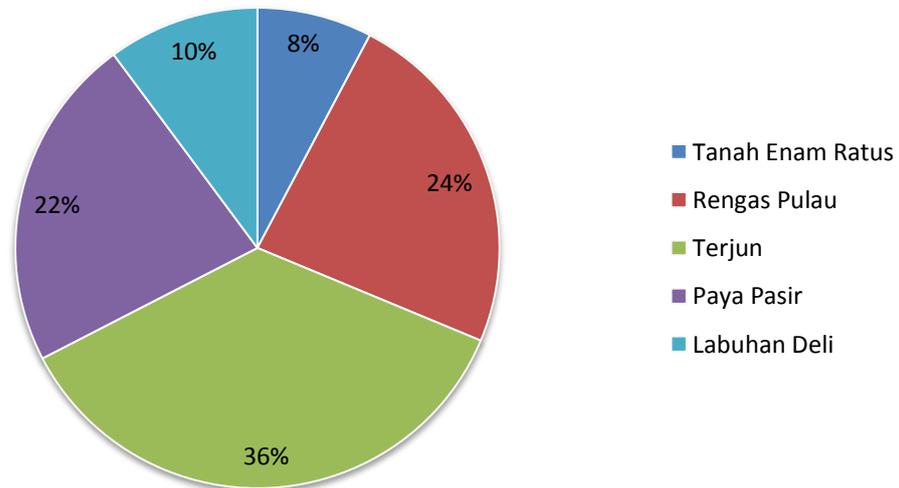
U_2 = Jumlah peringkat kedua

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Geografis

Kecamatan Medan Marelan merupakan salah satu kecamatan di Kota Medan yang mempunyai luas sekitar 44,47 km². Kecamatan Medan Marelan juga memiliki 5 kelurahan diantaranya, Kelurahan Tanah Enam Ratus memiliki luas wilayah 3,42 km² (8%), Kelurahan Rengas Pulau memiliki luas wilayah 10,50 km² (24%), Kelurahan Terjun memiliki luas wilayah 16,05 km² (36%), Kelurahan Paya Pasir memiliki luas wilayah 10,00 km² (22%), Kelurahan Labuhan Deli memiliki luas wilayah 4,50 km² (10%). Dari 5 kelurahan di Kecamatan Medan Marelan, Kelurahan Terjun memiliki luas wilayah yang terluas yaitu sebesar 16,05 km² sedangkan Kelurahan Tanah Enam Ratus mempunyai luas terkecil yakni 3,42 km².

Tabel 6 Grafik Luas Kelurahan Marelan



Sumber: Kantor Camat Marelan

Batas-batas wilayah yang berbatasan langsung yaitu, sebagai berikut.

1. Deli Serdang di sebelah selatan dan sebelah barat

2. Kecamatan Medan Belawan di sebelah utara
3. Kecamatan Medan Labuhan di sebelah timur

Kedaaan Penduduk

Kecamatan Medan Marelan dihuni oleh 172.456 orang penduduk dimana penduduk terbanyak berada di Kelurahan Rengas Pulau yakni sebanyak 65.364 orang. Jumlah penduduk terkecil di Kelurahan Paya Pasir yakni sebanyak 14.232 orang.

Tabel 7 Jumlah Penduduk (Jiwa)

Kelurahan	Jumlah Penduduk (Jiwa)
(1)	(2)
1. Tanah Enam Ratus	34.714
2. Rengas Pulau	65.364
3. Terjun	38.156
4. Paya Pasir	14.232
5. Labuhan Deli	19.990
Jumlah	172.456

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Medan

Tabel 8 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kelurahan

Kelurahan	Jenis Kelamin	
	Laki-Laki	Perempuan
(1)	(2)	(3)
1. Tanah Enam Ratus	17.612	34.714
2. Rengas Pulau	32.831	65.364
3. Terjun	19.411	38.156
4. Paya Pasor	7.103	14.232
5. Labuhan Deli	10.131	19.990
Jumlah	87.088	172.456

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Medan

Tabel 9 Komposisi Mata Pencaharian Penduduk

Kelurahan	Pegawai			
	Negeri	Swasta	ABRI	Petani
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Tanah Enam Ratus	351	3.393	120	2.029
2. Rengas Pulau	507	7.133	255	879
3. Terjun	474	6.281	123	1.139
4. Paya Pasir	134	4.195	41	151
5. Labuhan Deli	127	1.635	53	203
Jumlah	1.593	22.637	592	4.401

Sumber : Kantor Lurah se-Kecamatan Medan Marelan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Penelitian

Responden penelitian adalah konsumen yang sedang berbelanja di pasar tradisional marelan dan di pasar modern marelan. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden di pasar tradisional dan 30 responden di pasar modern yang berhubungan dengan pembelian sayur pakcoy.

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden

Tabel 10 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah			
	Tradisional	Persentase	Modern	Persentase
Laki-laki	8	26%	13	43%
Perempuan	22	73%	17	56%
jumlah	30	100%	30	100%

Sumber: Data Primer, 2021

Jumlah jenis kelamin perempuan di Pasar Tradisional lebih banyak ketimbang di Pasar Modern berarti dapat diketahui peminat yang berbelanja di Pasar Tradisional perempuan dikarenakan di Pasar Tradisional dapat melakukan tawar menawar. Jumlah jenis kelamin laki-laki lebih banyak di Pasar Modern ketimbang di Pasar Tradisional berarti dapat diketahui peminat yang berbelanja di Pasar Modern laki-laki dikarenakan lebih simpel dan mudah dalam berbelanja.

2. Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden

Tabel 11 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah			
	Tradisional	Persentase	Modern	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	6	20%	9	30%
Ibu Rumah Tangga	7	23,3%	7	23,3%
PNS	1	3,3%	2	6,6%
Wiraswasta	16	53,3%	12	40%
Total	30	100%	30	100%

Sumber: Data Primer, 2021

Jumlah pekerjaan responden yang paling banyak berbelanja di Pasar Tradisional ialah wiraswasta sebanyak 16 (53,3%) responden dikarenakan berbelanja di Pasar Tradisional dapat menurunkan harga dan dapat menghemat pengeluaran responden dalam berbelanja.

3. Pengeluaran Dalam Sebulan

Adapun data mengenai data pengeluaran responden dalam sebulan

Tabel 13 Pengeluaran Responden

Pengeluaran	Jumlah			
	Tradisional	Persentase	Modern	Persentase
<Rp.750.000	3	10%	1	3,3%
Rp.750.000-Rp.1.500.000	4	13,3%	11	36,6%
Rp.1.500.000-Rp.2.250.000	6	20%	10	33,3%
Rp.2.250.000-Rp.3.000.000	8	26,6%	4	13,3%
>Rp.3.000.000	9	30%	4	13,3%
Total	30	100%	30	100%

Sumber: Data Primer, 2021

Jumlah pengeluaran responden dalam sebulan yang paling banyak sebesar Rp.750.000-Rp.1.500.000 sebanyak 11 responden (36,6%) dikarenakan harga yang tercantum di Pasar Modern dikenakan biaya pajak tiap produk dan yang berbelanja di Pasar Modern merupakan kalangan ekonomi menengah ke atas.

4. Pembelian Sayur Pakcoy Dalam Sebulan

Adapun data pembelian sayur pakcoy dalam sebulan.

Tabel 14 Pembelian Responden

Pembelian	Jumlah			
	Tradisional	Persentase	Modern	Persentase
<1kg	18	60%	12	40%
1-2kg	6	20%	6	20%
>2kg	5	16,6%	1	3,3%
3kg	1	3,3%	11	36,6%
Total	30	100%	30	100%

Sumber: Data Primer, 2021

Jumlah pembelian sayur pakcoy dalam sebulan sebanyak <1kg sebesar 18 responden (60%) di Pasar Tradisional dikarenakan responden lebih tertarik berbelanja di Pasar Tradisional dengan harga yang murah dan dapat melakukan tawar menawar dan yang berbelanja sayur pakcoy sebanyak 3kg di Pasar Modern untuk menstock kebutuhan konsumen dalam sehari-hari.

5. Tujuan Pembelian Sayur Pakcoy

Adapun data tujuan responden terhadap pembelian sayur pakcoy.

Tabel 15 Tujuan Responden

Tujuan	Jumlah			
	Tradisional	Persentase	Modern	Persentase
Tujuan Kecantikan	-	-	3	10%
Tujuan Kesehatan	19	63,3%	12	40%
Untuk acara-acara Tertentu	-	-	3	10%
Lainnya	11	36,6%	12	40%
Total	30	100%	30	100%

Sumber: Data Primer, 2021

Jumlah tujuan responden membeli sayur pakcoy sebesar 19 responden (63,3%) yang tujuannya untuk kesehatan. Kandungan sayur pakcoy memiliki banyak kandungan vitamin, protein dan kandungan lainnya yang baik untuk tubuh.

Perbandingan Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuisioner 30 responden Pasar Tradisional dan 30 responden Pasar Modern untuk mengetahui keputusan pembelian sayur pakcoy di Pasar Tradisional dan Pasar Modern yang meliputi Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan.

a. Deskripsi Produk

Pasar Tradisional

Tabel 16 Produk Pasar Tradisional

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Kualitas produk yang dijual dalam kondisi baik dan layak dikonsumsi	0	1	5	13	11
2	Pakcoy memiliki banyak kandungan gizi yang baik untuk kesehatan	0	1	7	10	12
3	Persediaan barang yang tidak terbatas	0	0	8	7	15
Jumlah		0	2	20	30	38

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 16 dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak memilih Sangat Suka (SS) sebesar 38 responden, untuk yang memilih Suka (S) sebesar 30 responden, untuk yang memilih Kurang Suka (KS) sebesar 20 responden, untuk yang memilih Tidak Suka (TS) sebesar 2 responden dan untuk yang memilih Sangat Tidak Suka (STS) tidak ada yang memilih.

Pasar Modern

Tabel 17 Produk Pasar Modern

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Kualitas produk yang dijual dalam kondisi baik dan layak dikonsumsi	0	1	3	13	13
2	Pakcoy memiliki banyak kandungan gizi yang baik untuk kesehatan	1	0	6	14	9
3	Persediaan barang yang tidak terbatas	1	2	7	13	7
Jumlah		2	3	16	40	29

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 17 dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak memilih Suka (S) sebesar 40 responden, untuk yang memilih Sangat Suka (SS) sebesar 29 responden, untuk yang memilih Kurang Suka (KS) sebesar 16 responden, untuk yang memilih Tidak Suka (TS) sebesar 3 responden, untuk yang memilih Sangat Tidak Suka (STS) sebesar 2 responden.

b. Deskripsi Harga

Pasar Tradisional

Tabel 18 Harga Pasar Tradisional

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga pakcoy yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen	0	1	4	14	11
2	Harga pakcoy yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0	1	6	12	11
3	Pemberian diskon mendorong konsumen membeli pakcoy	0	0	6	13	11
Jumlah		0	2	16	39	33

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 18 dapat disimpulkan bahwa harga yang diberikan pedagang Pasar Tradisional kepada konsumen terjangkau dan juga pembeli dapat melakukan tawar menawar harga kepada pedagang. Harga yang ditawarkan pedagang sesuai akan kualitas produk yang ada.

Tabel 19 Harga Pasar Modern

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga pakcoy yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen	0	0	6	10	14
2	Harga pakcoy yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	0	0	3	13	14
3	Pemberian diskon mendorong konsumen membeli pakcoy	1	1	4	13	11
Jumlah		1	1	13	36	39

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 19 dapat disimpulkan bahwa responden yang berbelanja di Pasar Modern tidak ragu-ragu akan membeli produk dengan harga yang lumayan mahal. Kualitas produk yang ada di Pasar Modern memberikan kualitas yang bagus di karenakan Pasar Modern mementingkan kualitas produk.

c. Deskripsi Lokasi

Pasar Tradisional

Tabel 20 Lokasi Pasar Tradisional

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Lokasi parkir yang aman dan memadai	0	1	4	12	13
2	Akses yang mudah dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum	0	1	2	11	16
3	Jalan yang lebar, mulus, dan tidak macet	0	0	4	7	19
Jumlah		0	2	10	30	48

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 20 dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak memilih Sangat Suka (SS) sebesar 48 responden, untuk yang memilih Suka (S) sebesar 30 responden, untuk yang memilih Kurang Suka (KS) sebesar 10 responden, untuk yang memilih Tidak Suka (TS) sebesar 2 responden, untuk yang memilih Sangat Tidak Suka (STS) tidak ada yang memilih.

Pasar Modern

Tabel 21 Lokasi Pasar Modern

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Lokasi parkir yang aman dan memadai	1	1	3	15	10
2	Akses yang mudah dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum	1	0	4	15	10
3	Jalan yang lebar, mulus, dan tidak macet	2	1	4	15	8
Jumlah		4	2	11	45	28

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 21 dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak memilih Suka (S) sebesar 45 responden, untuk yang memilih Sangat Suka (SS) sebesar 28 responden, untuk yang memilih Kurang Suka (KS) sebesar 11 responden, untuk yang memilih Sangat Tidak Suka (STS) sebesar 4 responden, untuk yang memilih Tidak Suka (TS) sebesar 2 responden.

d. Deskripsi Pelayanan

Pasar Tradisional

Tabel 22 Pelayanan Pasar Tradisional

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Ramah dalam melayani konsumen	0	1	5	15	9
2	Karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanjaan konsumen ke kendaraan	0	1	8	10	11
3	Pekerja membantu konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan	0	1	8	11	10
Jumlah		0	3	21	36	30

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 22 dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak memilih Suka (S) sebesar 36 responden, untuk yang memilih Sangat Suka (SS) sebesar 30 responden, untuk yang memilih Kurang Suka (KS) sebesar 21 responden, untuk yang memilih Tidak Suka (TS) sebesar 3 responden, untuk yang memilih Sangat Tidak Suka (STS) tidak ada yang memilih.

Pasar Modern

Tabel 23 Pelayanan Pasar Modern

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Ramah dalam melayani konsumen	1	1	2	15	11
2	Karyawan membantu mengantarkan barang belanjaan konsumen ke kendaraan	2	1	6	14	7
3	Pekerja membantu konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan	1	0	3	15	11
Jumlah		4	2	11	44	29

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 23 dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak memilih Suka (S) sebesar 44 responden, untuk yang memilih Sangat Suka (SS) sebesar 29 responden, untuk yang memilih Kurang Suka (KS) sebesar 11 responden, untuk yang memilih Sangat Tidak Suka (STS) sebesar 4 responden, untuk yang memilih Tidak Suka (TS) sebesar 2 responden.

Keputusan Konsumen

Keputusan konsumen dapat diketahui menggunakan uji *Mann-Whitney*.

Sebagai berikut:

1. Uji *Mann-Whitney*

Uji *Mann-Whitney* merupakan uji yang paling sering digunakan oleh peneliti di antara uji-uji lin pada uji Non-Parametrik untuk menguji 2 sampel independen.

Hipotesis:

Ho: tidak ada perbedaan rata-rata antara 2 sampel

Ha: ada perbedaan rata-rata antara 2 sampel

Tabel 24 Uji *Mann-Whitney*

		Ranks		
	Kelompok	N	MeanRank	Sum of Ranks
Produk	Pasar Tradisional	30	32,13	964,00
	Pasar Modern	30	28,87	866,00
	Total	60		
Harga	Pasar Tradisional	30	29,32	879,50
	Pasar Modern	30	31,68	950,50
	Total	60		
Lokasi	Pasar Tradisional	30	35,30	1059,00
	Pasar Modern	30	25,70	771,00
	Total	60		
Pelayanan	Pasar Tradisional	30	29,53	886,00
	Pasar Modern	30	31,47	944,00
	Total	60		

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan pada Tabel 24 menampilkan 4 variabel yaitu: Produk, Harga, Lokasi, dan Pelayanan. Masing-masing subjek mendapatkan total responden sebanyak 60 orang. Untuk Produk rata-rata peringkat Pasar Tradisional sebesar $32,13 \geq$ Pasar Modern sebesar 28,87. Adapun hasil *Sum of Ranks* untuk Pasar Tradisional sebesar $964,00 \geq$ Pasar Modern sebesar 866,00. Untuk Harga rata-rata peringkat Pasar Tradisional sebesar $29,31 \leq$ Pasar Modern sebesar 31,68. Adapun hasil *Sum of Ranks* untuk Pasar Tradisional sebesar $879,50 \leq$ Pasar Modern

sebesar 950,50. Untuk Lokasi rata-rata peringkat Pasar Tradisional sebesar $35,30 \geq$ Pasar Modern sebesar 25,70. Adapun hasil *Sum of Ranks* untuk Pasar Tradisional sebesar 1059,00 \geq Pasar Modern sebesar 771,00. Untuk Pelayanan rata-rata peringkat Pasar Tradisional sebesar $29,53 \leq$ Pasar Modern sebesar 31,47. Adapun hasil *Sum of Ranks* untuk Pasar Tradisional sebesar $886,00 \leq$ Pasar Modern sebesar 944,00.

Setelah menjelaskan Tabel 5.18 dapat diketahui nilai rank tertinggi diraih oleh lokasi Pasar Tradisional dikarenakan jarak rumah menuju Pasar Tradisional dapat dijangkau oleh responden dan banyaknya kendaraan umum seperti angkot, becak, dan ojek dengan harga yang terjangkau sehingga responden tertarik akan berbelanja di Pasar Tradisional. Pasar Tradisional juga menyediakan parkir yang cukup luas untuk kendaraan pribadi seperti sepeda motor dan mobil. Di Pasar Tradisional banyak pedagang yang menjual berbagai macam peralatan rumah tangga yang dibutuhkan responden seperti alat elektronik, peralatan dapur, peralatan kamar mandi, dan sebagainya dengan harga yang terjangkau.

Tabel 25 Test Statistics

	Test Statistics ^a			
	Produk	Harga	Lokasi	Pelayanan
Mann-Whitney U	401,000	414,500	306,000	421,000
Wilcoxon W	866,000	879,500	771,000	886,000
Z	-,736	-,534	-2,182	-,436
Asymp. Sig. (2-tailed)	,462	,594	,029	,663

Sumber: Data Primer. 2021

Berdasarkan Tabel 25 dapat dijelaskan bahwasannya:

1. Nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,462 \geq 0,05$ yang berarti “tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Produk antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern”. Kualitas produk sayur pakcoy yang ada di Pasar Tradisional tidak jauh beda dengan kualitas sayur pakcoy yang ada di Pasar Modern.

Kandungan sayur pakcoy di Pasar Tradisional dan Pasar Modern memiliki khasiat yang sama untuk konsumen. Sehingga kualitas yang ada tidak ada perbedaan yang signifikan.

2. Nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,594 \geq 0,05$ yang berarti “tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Harga antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern”. Harga sayur pakcoy yang dijual di Pasar Tradisional tidak jauh beda dengan harga jual sayur pakcoy yang ada di Pasar Modern. Harga jual sayur pakcoy yang di jual di Pasar Tradisional Rp.9.000/kg dapat di tawar dengan harga rendah sedangkan Harga jual di Pasar Modern Rp.9.000/kg tidak dapat di tawar dengan harga rendah.
3. Nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,029 \leq 0,05$ yang berarti “terdapat perbedaan yang signifikan pada Lokasi antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern”. Lokasi Pasar Tradisional merupakan lokasi yang strategis dikarenakan banyaknya kendaraan umum seperti, ojek, becak dan angkot yang menuju ke Pasar Tradisional.. Lokasi Pasar Tradisional dekat dengan perumahan dan sekolah yang jaraknya sekitar 350m. Banyaknya kios-kios dan ruko yang berada di Pasar Tradisional yang menjual berbagai macam barang yang dibutuhkan. Pasar Tradisional juga memberikan parkir yang cukup luas dan dijaga sehingga konsumen merasa aman untuk meninggalkan kendaraannya. Kondisi jalan Pasar Tradisional cukup buruk dikarenakan banyaknya jalan yang berlubang dan rawan banjir. Pasar Modern merupakan pasar untuk kalangan menengah ke atas yang berada dekat perumahan elit. Jarak tempuh dari perumahan menuju Pasar Modern sekitar 1,8km. Pasar Modern juga menyediakan parkir khusus untuk konsumen sehingga konsumen merasa

nyaman untuk meninggalkan kendaraannya. Kondisi jalan Pasar Modern layak atau tidak buruk dan tidak rawan banjir.

4. Nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,663 \geq 0,05$ yang berarti “tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Pelayanan antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern”. Pelayanan yang diberikan Pasar Tradisional tidak beda dengan pelayanan yang diberikan Pasar Modern. Merespon keperluan dan kebutuhan responden dan memberikan petunjuk atau mengarahkan keperluan yang diinginkan responden.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa.

1. Tidak terdapat perbedaan Produk yang ada di Pasar Tradisional dan di Pasar Modern karena kualitas yang diberikan sama.
2. Tidak terdapat perbedaan Harga sayur pakcoy di Pasar Tradisional dan di Pasar Modern karena harga yang diberikan sama yaitu Rp.9.000/kg.
3. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada Pelayanan antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern sehingga H_a ditolak dan H_0 diterima.
4. Pembelian sayur pakcoy di Pasar Tradisional lebih banyak perempuan sebesar 22 orang ketimbang laki-laki sebesar 8 orang. Pembelian sayur pakcoy di Pasar Modern lebih banyak perempuan (17) ketimbang laki-laki (13).
5. Pekerjaan responden yang berbelanja di Pasar Tradisional lebih banyak wiraswasta 16 responden, ibu rumah tangga 7 responden, pelajar/mahasiswa 6 responden, dan PNS 1 responden. Pekerjaan responden yang bekerja di Pasar Modern lebih banyak wiraswasta 12 responden, pelajar/mahasiswa 9 responden, ibu rumah tangga 7 responden, dan PNS 2 responden
6. Tujuan responden yang berbelanja sayur pakcoy di Pasar Tradisional untuk kesehatan 19 responden dan untuk konsumsi pribadi 11 responden. Tujuan responden yang berbelanja sayur pakcoy di Pasar Modern untuk kesehatan dan konsumsi pribadi 12 responden, acara dan kecantikan 3 responden.

7. Sosial dan budaya konsumen berbeda-beda ada yang ekonomi kebawah, menengah dan keatas.

Saran

Berdasarkan hasil yang didapat peneliti ingin memberikan saran bahwa.

1. Memperkenalkan kepada konsumen akan khasiat atau manfaat yang terdapat sayur pakcoy memiliki banyak kandungan yang baik akan kesehatan dan kecantikan.
2. Saran Penelitian selanjutnya yaitu dapat membahas manajemen produksi sayur pakcoy.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. 2018. *Analisis Penyebab Konsumen Lebih Memilih Berbelanja Di Pasar Tradisional Di Bandingkan Pasar Modern*. Skripsi. Institut Agama Islam Negri Metro.
- Anatasya, S. 2019. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Pasar Tradisional Dan Pasar Modern*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Cahyani, F. G. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. Volume (5) Nomor (3). 2-19. Surabaya.
- Darmawan, H. 2016. *Analisis Korelasi Antara Karakteristik Konsumen Dengan Karakteristik Warung Kopi Di Kota Banda Aceh*. Volume 1 Nomor 1. 410-417. Universitas Syiah Kuala. Aceh.
- Eliza. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah Di Pasar Arengka (Pasar Tradisional) dan Giant Hypermarket (Pasar Modern) Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. Volume (2) Nomor (1). 15-34. Riau.
- Fahrina, C. P. 2019. *Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasar Modern dan Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh*. Volume (4) Nomor (4). 233-242. Universitas Syiah Kuala. Aceh.
- Guspul, A. 2015. *Persepsi Konsumen Terhadap Pasar Tradisional dan Pasar Modern : Marekting Mix*. ISSN 2354-869X. 228-240. Universitas Sains Al Qur'an.
- Irdhawati. 2018. *Analisis Logam Fe Dengan Teknik Voltammetri Pelucutan Anodik Pulsa Diferensial Dalam Tanaman Pakcoy Dari Perkebunan Sayur Bedugul Bali*. Volume (4) Nomor (2). 168-173. Universitas Badayana. Bali.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Ketiga Belas. Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, M. 2016. *Analisis Perbandingan Perilaku Konsumen yang Berbelanja Bahan Makan Harian di Pasar Modern dan Pasar Tradisional*. Universitas Medan Area. Medan.
- Masyhuri, M. dan Supri W. U. 2017. *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun*. Volume (6) Nomor (1). 59-72. Universitas PGRI Madiun.
- Noor .W. S. dan Hertiana I. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional di Kota Semarang*. 1-12. Universitas Dian Nuswantoro.

- Pramudiana, I. D. 2017. *Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern*. Asketik Volume(1) Nomor(1). 35-43.
- Putriadi, S. 2018. *Eksistensi Pasar Tradisional di Tengah Persaingan Dengan Pasar Modern di Kabupaten Buleleng*. Volume (8) Nomor (2).125-133. Bali.
- Rantung, M. L. 2016. *Analisis Kinerja Rantai Pasok Komoditas Kacang Tanah di Pasar Tradisional Berima Kota Tomohon*. Volume (4) Nomor (2). 849-858. Universitas Sam Ratulangi
- Rizal, S. 2017. *Pengaruh Nutrisi yang Di Berikan Terhadap Pertumbuhan Tanaman Sawi Pakcoy (Brassica rapa L.) yang Di Tanam Secara Hidroponik*. Volume (14) Nomor (1). 38-44. Universitas PGRI Palembang. Palembang.
- Romansyah. 2015. *Pasar Modal Dalam Perspektif Islam*. T-ISSN 1829-9067. Vol. 14. No. 1.
- Sari, Y. D. 2018. *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Industri Gament*. Universitas Udayana. Bali.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung
- Sulaiman, W. 2005. *Statistik Non-Parametrik Contoh Kasus Dan Pemecahannya Dengan SPSS*. Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Sumarni. 2019. *Perilaku dan Karakteristik Konsumen Dalam Membeli Sayuran pada Pasar Modern (Giant Supermarket) di Kota Makassar*. Volume (1) Nomor (1). 11-20. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.
- Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Tandjung, J.W. 2004. *Marketing Management : Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Bayumedia Publishing. Malang.
- Timoer, C. F. dan Arlin F. M. T. 2019. *Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Ditinjau dari Strategi Bauran Pemasaran di Kota Bandung*. Volume (3) Nomor (3). 86-100. Universitas Telkom Bandung. Bandung.
- Tumbel, A. L. dan Paulina V. Rate. 2015. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional*. Volume (2) Nomor (2). 60-72. Universitas Sam Ratulangi.
- Unizar, R. 2019. *Faktor-Faktor yang Mmpengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Malang*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.

Wahyuningsih, A. 2016. *Komposisi Nutrisi dan Media Tanam Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Pakcoy (Brassica rapa L.) Sistem Hidroponik*. Volume (4) Nomor (8). 595-601. Universitas Brawijaya. Malang.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Kuisisioner ini merupakan penelitian skripsi yang dilakukan oleh penulis yang berkuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis. Penulis bermaksud untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu menyelesaikan kuisisioner yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i penulis ucapkan terima kasih.

Petunjuk

1. Sebelum mengisi pertanyaan penulis berharap kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan yang diberikan.
2. Jawablah pertanyaan dengan cara mengisi ditempat pengisian jawaban.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang sudah diberikan.
4. Dalam pertanyaan pilihan berganda pilihlah jawaban dengan tanda (X) pada pilihan yang tersedia.

Terima kasih banyak untuk waktu yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i berikan sehingga informasi yang diberikan dapat membantu penelitian penulis.

Identitas Penelitian

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia : Tahun
4. Jenis kelamin :

Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban dibawah ini:

1. Pekerjaan
 - A. Pelajar/Mahasiswa
 - B. Ibu rumah tangga
 - C. Pegawai negeri sipil
 - D. Wiraswasta

2. Rata-rata pengeluaran dalam sebulan
 - A. <Rp.750.000
 - B. Rp.750.000-Rp.1.500.000
 - C. Rp.1.500.000-Rp.2.250.000
 - D. Rp.2.250.000-Rp.3.000.000
 - E. >Rp.3.000.000
3. Jumlah pembelian sayur pakcoy dalam sebulan
 - A. < 1 kg
 - B. 1-2 kg
 - C. > 2 kg
 - D. 3 kg
4. Tujuan mengkonsumsi sayur pakcoy
 - A. Tujuan kecantikan
 - B. Tujuan kesehatan
 - C. Untuk acara-acara tertentu (pernikahan, perayaan, dll)
 - D. Lainnya...

Kategori Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju
STS	TS	KS	S	SS
1	2	3	4	5

Berilah tanda (√) pada kolom pernyataan berikut yang diberikan.

Produk

Modern / Tradisional

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Kualitas produk yang dijual dalam kondisi baik dan layak dikonsumsi					
2	Pakcoy memiliki banyak kandungan gizi yang baik untuk kesehatan					

3	Persediaan barang yang tidak terbatas					
---	---------------------------------------	--	--	--	--	--

Harga

Modern / Tradisional

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga pakcoy yang ditawarkan terjangkau bagi konsumen					
2	Harga pakcoy yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk					
3	Pemberian diskon mendorong konsumen membeli pakcoy					

Lokasi

Modern / Tradisional

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Lokasi parkir yang aman dan memadai					
2	Akses yang mudah dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum					
3	Jalan yang lebar, mulus, dan tidak macet					

Pelayanan

Modern / Tradisional

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Pekerja toko yang ramah dalam melayani konsumen					
2	Karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanjaan					

	konsumen ke kendaraan					
3	Kemampuan para pekerja dalam membantu konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan					

Lampiran 2 Biodata Responden Pasar Tradisional

No	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pengeluaran	Pembelian	Tujuan
1	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.750.000- Rp.1.500.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
2	Perempuan	Wiraswasta	Rp.1.5000- Rp.2.250.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
3	Perempuan	Wiraswasta	Rp.1.5000- Rp.2.250.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
4	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.1.5000- Rp.2.250.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
5	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.5000- Rp.2.250.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
6	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp.1.5000- Rp.2.250.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
7	Perempuan	Wiraswasta	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
8	Perempuan	Wiraswasta	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
9	Laki-Laki	Wiraswasta	>Rp.3.000.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
10	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp.750.000- Rp.1.500.000	1-2 Kg	Konsumsi Pribadi
11	Perempuan	Wiraswasta	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
12	Laki-Laki	Wiraswasta	<Rp.750.000	< 1Kg	Kesehatan
13	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	<Rp.750.000	< 1Kg	Kesehatan
14	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp.750.000- Rp.1.500.000	< 1Kg	Kesehatan
15	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1Kg	Kesehatan
16	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1Kg	Kesehatan
17	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1Kg	Kesehatan
18	Perempuan	Wiraswasta	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1Kg	Kesehatan
19	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	>Rp.3.000.000	< 1Kg	Kesehatan
20	Laki-Laki	Wiraswasta	>Rp.3.000.000	< 1Kg	Kesehatan
21	Laki-Laki	Wiraswasta	>Rp.3.000.000	1-2 Kg	Kesehatan
22	Perempuan	PNS	>Rp.3.000.000	1-2 Kg	Kesehatan
23	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp.750.000- Rp.1.500.000	1-2Kg	Kesehatan
24	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	<Rp.750.000	1-2Kg	Kesehatan
25	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	> 2Kg	Kesehatan
26	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	>Rp.3.000.000	> 2Kg	Kesehatan
27	Laki-Laki	Wiraswasta	>Rp.3.000.000	> 2Kg	Kesehatan
28	Perempuan	Wiraswasta	>Rp.3.000.000	> 2Kg	Kesehatan

Lanjutan

No	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pengeluaran	Pembelian	Tujuan
29	Perempuan	Wiraswasta	>Rp.3.000.000	> 2 Kg	Kesehatan
30	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	1-2 Kg	Kesehatan

Lampiran 3 Data Rincian Produk Pasar Tradisional

No	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Jumlah
1	4	4	4	12
2	4	5	5	14
3	5	4	4	13
4	4	5	5	14
5	3	4	3	10
6	4	3	5	12
7	5	5	5	15
8	4	4	5	13
9	4	4	4	12
10	3	3	3	9
11	3	3	3	9
12	4	4	3	11
13	5	3	5	13
14	5	4	5	14
15	5	5	5	15
16	5	5	4	14
17	4	5	5	14
18	4	4	4	12
19	5	5	5	15
20	4	5	5	14
21	4	4	4	12
22	3	3	3	9
23	5	5	5	15
24	2	2	3	7
25	4	5	5	14
26	5	5	5	15
27	5	3	3	11
28	3	4	4	11
29	5	3	3	11
30	4	5	5	14
Total	124	123	127	374
Rata-Rata	413,3333	410	423,3333	1.246,6666

Lampiran 4 Data Rincian Harga Pasar Tradisional

No	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Jumlah
1	4	5	5	14
2	4	4	4	12
3	5	4	4	13
4	4	3	3	10
5	4	4	4	12
6	3	3	5	11
7	5	5	3	13
8	4	4	5	13
9	4	4	4	12
10	4	3	3	10
11	3	5	4	12
12	5	4	4	13
13	5	5	5	15
14	5	4	5	14
15	4	5	5	14
16	5	5	4	14
17	4	5	5	14
18	4	4	4	12
19	4	5	4	13
20	4	3	5	12
21	5	5	5	15
22	3	3	3	9
23	5	5	5	15
24	2	2	3	7
25	4	4	4	12
26	5	4	4	13
27	5	3	3	11
28	3	4	4	11
29	5	4	4	13
30	4	5	5	14
Total	125	123	125	373
Rata-Rata	416,6666	410	416,6666	1.243,3333

Lampiran 5 Data Rincian Lokasi Pasar Tradisional

No	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Jumlah
1	4	5	5	14
2	5	5	5	15
3	5	5	5	15
4	4	5	5	14
5	4	4	5	13
6	4	4	5	13
7	5	5	5	15
8	4	4	5	13
9	4	4	4	12
10	3	3	3	9
11	3	3	3	9
12	4	4	4	12
13	5	4	5	14
14	5	4	5	14
15	5	5	5	15
16	5	5	4	14
17	4	4	5	13
18	4	4	4	12
19	5	5	5	15
20	4	5	5	14
21	5	5	4	14
22	4	5	5	14
23	5	5	5	15
24	2	2	3	7
25	3	5	5	13
26	5	5	5	15
27	5	4	4	13
28	4	4	4	12
29	5	5	3	13
30	3	5	5	13
Total	127	132	135	394
Rata-Rata	423,3333	440	450	1.313,3333

Lampiran 6 Rincian Data Pelayanan Pasar Tradisional

No	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Jumlah
1	5	4	4	13
2	4	4	5	13
3	5	5	4	14
4	4	3	5	12
5	4	4	5	13
6	3	5	3	11
7	5	5	5	15
8	4	4	5	13
9	4	4	3	11
10	3	3	4	10
11	3	3	3	9
12	4	4	3	11
13	4	3	5	12
14	5	4	4	13
15	5	5	5	15
16	5	5	4	14
17	4	5	4	13
18	4	4	4	12
19	4	5	5	14
20	4	3	4	11
21	4	4	4	12
22	3	3	3	9
23	5	5	5	15
24	2	2	3	7
25	4	5	2	11
26	5	5	5	15
27	5	3	3	11
28	3	4	3	10
29	4	3	4	11
30	4	5	4	13
Total	122	121	120	363
Rata-Rata	406,6666	403,3333	400	1.210

Lampiran 7 Biodata Responden Pasar Modern

No	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pengeluaran	Pembelian	Tujuan
1	Laki-Laki	Wiraswasta	>Rp.3.000.000	1-2Kg	Kesehatan
2	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	1-2Kg	Kesehatann
3	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.1.5000- Rp.2.250.000	1-2Kg	Kesehatan
4	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp.750.000- Rp.1.500.000	1-2Kg	Kesehatan
5	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.750.000- Rp.1.500.000	1-2Kg	Kesehatan
6	Perempuan	Wiraswasta	Rp.750.000- Rp.1.500.000	< 1 Kg	Kesehatan
7	Perempuan	Wiraswasta	Rp.750.000- Rp.1.500.000	< 1 Kg	Kesehatan
8	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1 Kg	Kesehatan
9	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1 Kg	Kesehatan
10	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	< 1 Kg	Kesehatan
11	Perempuan	Wiraswasta	Rp.1.150.000- Rp.2.250.000	< 1 Kg	Kesehatan
12	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.750.000- Rp.1.500.000	< 1 Kg	Kesehatan
13	Laki-Laki	PNS	>Rp.3.000.000	3 Kg	Acara Tertentu
14	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp.750.000- Rp.1.500.000	Tidak Ada	Acara Tertentu
15	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	>2 Kg	Acara Tertentu
16	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp.750.000- Rp.1.500.000	< 1Kg	Kecantikan
17	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	>Rp.3.000.000	< 1Kg	Kecantikan
18	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	< 1Kg	Kecantikan
19	Perempuan	Wiraswasta	>Rp.3.000.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
22	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
23	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
24	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.750.000- Rp.1.500.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
25	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.750.000- Rp.1.500.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi

Lanjutan

No	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pengeluaran	Pembelian	Tujuan
26	Perempuan	Wiraswasta	Rp.750.000- Rp.1.500.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
27	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	<Rp.750.000	3 Kg	Konsumsi Pribadi
28	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	Rp.2.250.000- Rp.3.000.000	1-2Kg	Konsumsi Pribadi
29	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp.750.000- Rp.1.500.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi
30	Perempuan	PNS	Rp.1.500.000- Rp.2.250.000	< 1Kg	Konsumsi Pribadi

Lampiran 8 Rincian Data Produk Pasar Modern

No	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Jumlah
1	5	4	3	12
2	4	4	4	12
3	5	5	4	14
4	4	3	3	10
5	4	4	5	13
6	5	5	5	15
7	5	4	3	12
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	4	4	4	12
11	4	5	2	11
12	5	3	4	12
13	3	3	1	7
14	5	4	4	13
15	4	5	3	12
16	5	5	4	14
17	4	3	3	10
18	5	5	5	15
19	5	4	3	12
20	3	4	4	11
21	3	3	3	9
22	4	4	4	12
23	5	5	5	15
24	4	3	4	11
25	4	4	5	13
26	5	4	4	13
27	4	4	4	12
28	2	1	2	5
29	4	4	4	12
30	5	5	5	15
Total	128	120	113	361
Rata-Rata	426,6666	400	37,6666	1.203,3333

Lampiran 9 Rincian Data Harga Pasar Modern

No	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Jumlah
1	5	5	4	14
2	3	3	3	9
3	5	5	5	15
4	3	5	5	13
5	5	5	4	14
6	5	4	4	13
7	4	5	4	13
8	5	5	5	15
9	5	5	5	15
10	3	4	4	11
11	5	5	5	15
12	4	4	4	12
13	4	4	1	9
14	4	5	3	12
15	4	5	4	13
16	5	5	5	15
17	3	4	4	11
18	5	5	5	15
19	3	3	5	11
20	5	4	2	11
21	3	3	3	9
22	4	4	4	12
23	5	5	5	15
24	4	4	5	13
25	5	4	4	13
26	5	4	5	14
27	4	4	4	12
28	4	4	3	11
29	4	5	4	13
30	5	4	4	13
Total	128	131	122	381
Rata-Rata	426,6666	436,6666	406,6666	1.270

Lampiran 10 Rincian Data Lokasi Pasar Modern

No	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Jumlah
1	5	5	3	13
2	4	4	4	12
3	5	5	5	15
4	3	3	3	9
5	5	5	5	15
6	4	5	5	14
7	5	4	4	13
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	4	4	4	12
11	5	5	2	12
12	4	4	4	12
13	2	3	1	6
14	4	4	4	12
15	4	5	5	14
16	5	5	5	15
17	3	3	3	9
18	5	5	5	15
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	3	3	3	9
22	4	4	4	12
23	5	5	5	15
24	4	4	4	12
25	4	4	4	12
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	1	1	1	3
29	5	4	4	13
30	4	4	4	12
Total	122	123	116	361
Rata-Rata	406,6666	410	386,6666	1.203,3333

Lampiran 11 Rincian Data Pelayanan Pasar Modern

No	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Jumlah
1	5	3	5	13
2	4	4	4	12
3	4	4	5	13
4	5	3	5	13
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	5	4	4	13
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	4	4	4	12
11	3	3	4	10
12	4	4	4	12
13	2	2	3	7
14	5	3	5	13
15	5	4	4	13
16	5	5	5	15
17	4	4	4	12
18	5	5	5	15
19	4	5	5	14
20	5	1	3	9
21	3	3	3	9
22	4	4	4	12
23	4	3	5	12
24	4	4	4	12
25	4	5	5	14
26	5	5	5	15
27	4	4	4	12
28	1	1	1	3
29	5	5	4	14
30	4	4	4	12
Total	124	113	125	362
Rata-Rata	413,3333	376,6666	416,6666	1.206,6666

Lampiran 12 Pasar Modern



Gambar 3 Irian Plaza



Gambar 4 Ruangan Irian Plaza



Gambar 5 Sayur Pakcoy

Lampiran 13 Pasar Tradisional



Gambar 6 Pasar Tradisional Marelan



Gambar 7 Posisi Luar Pasar Tradisional Marelan



Gambar 8 Posisi Dalam Pasar Tradisional Marelan



Gambar 9 konsumen berbelanja pakcoy