

**PERBEDAAN SIKAP KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBELUM DAN SESUDAH
LEBARAN DI PASAR MODERN KECAMATAN
SEBERANG ULU PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Dwi Prasetyo

Nim : 212014152

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2019

**PERBEDAAN SIKAP KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBELUM DAN SESUDAH
LEBARAN DI PASAR MODERN KECAMATAN
SEBERANG ULU PALEMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Nama : Dwi Prasetyo

Nim : 212014152

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2019

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Perbedaan Sikap Konsumen dalam Pengambilan Keputusan
Pembelian Sebelum dan Sesudah Lebaran di Kecamatan seberang
Ulu Palembang
Nama : Dwi Prasetyo
NIM : 21 2014 152
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Diterima dan DiSahkan
Pada Tanggal

Pembimbing I



Wani Fitriah, S.E. M.Si
NIDN : 0228016501

Pembimbing II



Mardiana Puspasari, S.E. M.Si
NIDN : 0226107001

Mengetahui
Dekan
u. b. ketua program studi manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E. M.Si
NIDN : 0216057001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini :

Nama : Dwi Prasetyo
NIM : 212014152
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Perbedaan Sikap Konsumen dalam Pengambilan Keputusan
Pembelian di Pasar Modern Sebelum dan Sesudah Lebaran

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam penyusunan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2019



Dwi Prasetyo

ABSTRAK

Dwi Prasetyo/ 21-2014-152/ 2018/ **Perbedaan Sikap Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sebelum dan Sesudah Lebaran di Pasar Modern Kecamatan Seberang Ulu Palembang.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan sikap konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian sebelum dan sesudah lebaran di pasar modern kecamatan seberang ulu Palembang. Tujuan penelitian untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen sebelum dan sesudah lebaran di pasar modern kecamatan seberang ulu Palembang. Tempat penelitian berlokasi pada pasar modern JM, Gaint, hypermart dan opi mall seberang ulu Palembang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif. Populasinya adalah pengunjung JM, Gaint, Hypermart dan opi mall dengan sample yang diambil 50 orang responden. Terdapat satu variabel yang digunakan yaitu sikap konsumen yang dikembangkan menjadi indikator kepercayaan, persepsi, emosi, motivasi, produk, merek, harga. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer. Teknik pengumpulan data dalam skripsi ini adalah kuesioner. Analisis data kualitatif dan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah *chi-square* (kai kuadrat).

Hasil penelitian menunjukkan ada perbedaan sikap yang terjadi pada konsumen pasar modern sebelum dan sesudah lebaran di kecamatan seberang ulu Palembang.

Kata kunci : Sikap Konsumen dan Pasar Modern

Abstract

Dwi Prasetyo / 21-2014-152 / 2019 / Consumer Attitudes Differences in Purchasing Decision Making Before and After Eid in the Modern Market in Seberang Ulu District, Palembang.

The research objective was to determine consumer attitudes differences before and after Eid in the modern market across the Ulu sub-district of Palembang. The research site was located in the modern markets of JM, Gaint, Hypermart and Opi Mall opposite Ulu Palembang. This type of research was comparative research. The population was visitors of JM, Gaint, Hypermart and Opi Mall with 50 respondents as the samples. There was only one variable used in This research, consumer attitudes, that were developed into indicators of trust, perception, emotion, motivation, product, and brand, price. The data used in This study were primary data which collected through questionnaire. The qualitative and quantitative data were analyzed through chi-square (kai squared) technique. The results showed that there were differences in attitudes that occurred in modern market consumers before and after Lebaran in the Palembang Ulu sub-district.

Keywords: Consumer Attitudes and Modern Markets





Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Perbedaan Sikap Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sebelum dan Sesudah Lebaran di Pasar Modern Kecamatan Sebrang Ulu Palembang ”.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada kedua orang tua saya bapak Romelan dan ibu Ernawati yang telah mendidik, membiayai, mendoakan, dan memberikan dukungan kepada penulis dengan tulus dan ikhlas. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.Abid Djazuli, S.E.,M,M selaku rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staff dan karyawan/karyawati.
2. Bapak Drs.H.Fauzi Ridwan, M,M selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staff dan karyawan/karyawati.
3. Ibu Wani Fitriah, S.E., M,Si selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah berkenan meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, arahan dan dukungan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Mardiana puspasari, S.E., M,Si selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah berkenan meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, arahan dan dukungan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Hj. Maftuhah Nurahmi, S.E., M,Si selaku ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Ibu Diah Isnaini Asiati, S.E., M.Si selaku wakil ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Ibu Belliwati Kosim, S.E., M,Si selaku dosen pembimbing Akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Semua dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menjalani masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
9. Untuk Keluargaku Yuk Tamie, Ulan dan saudara-saudaraku Anggi, Nando, Ajik, Eko dan khususnya Tarikul Jannah yang selalu memberikan semangat dan dukungan dengan sepenuh hati.
10. Untuk Almamater dan kampus hijau yang selalu di hati.

Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian. Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan nilai skripsi dan untuk penyusunan skripsi selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembacanya, Amin yarobbal'amin.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb

Palembang, Februari 2019

Penulis,

Dwi Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PRAKARTA.....	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN ABSTRAK IN ENGLISH	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Toeri.....	6
B. Penelitian Sebelumnya.....	24
C. Hipotesis	26
BAB III	
METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian.....	27
C. Operasonalisasi Variabel	28
D. Populasi Dan Sampel	28
E. Data Yang Di Perlukan	29

F. Metode Pengumpulan Data.....	30
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	31

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	35
1. Gambaran Tempat Penelitian.....	35
2. Gambaran Indikator	37
3. Gambaran Responden	38
4. Gambaran umum Jawaban Responden	44
5. Analisi Perbedaan Sikap Konsumen	44
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	64
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam kehidupan, manusia memiliki berbagai macam kebutuhan. Kebutuhan manusia itu dapat dibagi atas tiga bagian menurut intensitas kegunaan, yaitu yang pertama kebutuhan primer, kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang paling penting yang harus di penuhi mencakup kebutuhan akan pangan, sandang, papan. Kedua adalah kebutuhan sekunder, kebutuhan ini misalnya menyangkut kebutuhan akan peralatan rumah tangga seperti tempat tidur, meja, kursi,radio, alat tulis dan sebagainya. Ketiga yaitu kebutuhan tersier, kebutuhan ini timbul sesudah kebutuhan premier dan sekunder terpenuhi kebutuhan antara lain tertuju pada barang-barang mewah seperti mobil, televise, kulkas dan sebagainya.

Semakin berkembangnya kebutuhan manusia, maka dunia perekonomian harus semakin maju karena semakin banyak pula pilihan masyarakat terhadap barang dan jasa. Perusahaan harus lebih kreatif dalam menciptakan produk yang akan ditawarkan tersebut dapat bersaing dengan pihak produk lain.

Pasar modern adalah dimana pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti: buah, sayuran, daging. Sebagian besar

barang yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Kemampuan pihak konsumen untuk menentukan sikap, tentunya harus diantisipasi oleh pihak penjual dengan menjaga kualitas barang.

Hypermart, JM, Gaint dan Opi mall sebagai pasar modern tentunya memiliki segmen pasar tersendiri, segmen pasar dalam hal ini adalah semua kalangan masyarakat. Karena barang-barang yang dijual di mall gaint cukup terjangkau dengan harga yang tidak terlalu mahal dan pelayanan yang nyaman, Jadi masyarakat bawah, menengah hingga ke atas lebih suka berbelanja ke Hypermart, JM, Gaint, Opi mall.

Kebutuhan konsumen terhadap barang dan jasa akan meningkat ketika lebaran. Keadaan ini merupakan realitas yang ada di dalam masyarakat. Jumlah minat konsumen untuk datang ke Hypermart, JM, Gaint dan Opi mall untuk membeli kebutuhan cenderung meningkat dan konsumen akan kembali lagi di lain waktu jika harga dan pelayanan yang diberikan oleh pihak penjual memuaskan. Makin banyak konsumen yang membeli kebutuhan di Hypermart, JM, Gaint dan Opi mall baik sebelum dan sesudah lebaran akan menimbulkan pengaruh terhadap keinginan para konsumen lain dalam melakukan pembelian selanjutnya.

Hypermart, JM, Gaint dan Opi mall juga harus melakukan terobosan-terobosan yang berarti dalam mempengaruhi sikap konsumen salah satunya dengan memberikan diskon dan hadiah setelah melakukan pembelian. Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan

ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

Sikap masyarakat Palembang dalam hal ini sebagai konsumen tentu akan mempengaruhi intensitas perdagangan di pasar modern seperti Hypermart, Gaint, JM dan Opi mall apalagi hal ini di artikan dengan perayaan hari besar umat Islam, sudah menjadi budaya masyarakat pada saat sebelum Lebaran masyarakat berbelanja kebutuhan untuk menyambut kemenangan tersebut dengan sukacita. Keanekaragaman konsumen dalam bersikap tentu juga akan berpengaruh terhadap penjual yang menginginkan agar konsumen kembali ke Hypermart, Gaint, JM dan Opi mall itu sendiri dalam mempengaruhi konsumen. Sikap konsumen dipengaruhi diantaranya barang-barang yang berkualitas dan kenyamanan dari segi pelayanan itu sendiri, sehingga konsumen tertarik melakukan pembelian dengan terus menerus. Fenomena sikap konsumen dalam melakukan pembelian di pasar modern seperti dibawah ini:

Tabel I.1
Keputusan pembelian di Pasar Modern

No	Indikator	Ya	Tidak
1	Kualitas produk akan membangun kepercayaan konsumen	2 orang	18 orang
2	Kebiasaan membeli akan mengulangi pembelian terus menerus.	9 orang	11 orang
3	Rekomendasi memberi kepercayaan terhadap produk	7 orang	13 orang
4	Kenyamanan dalam berbelanja. akan berpengaruh terhadap pembelian.	8 orang	12 orang

Sumber : Data Primer Hasil Wawancara, Mei-2018

Berdasarkan tabel 1.1 diatas alasan konsumen yang tidak melakukan keputusan pembelian karna kepercayaan terhadap produk, kebiasaan pembelian, rekomendasi dan kenyamanan. Sedangkan konsumen yang merasa puas pada indikator kualitas produkada 2 orang, dan pada indikator kebiasaan ada 9 orang, pada indikator kepercayaan 7 orang, pada indikator keyamanan 8 orang.

Indikator yang tidak memiliki daya tarik terhadap konsumen merupakan indikator yang berbeda pada sikap konsumen. Berkaitan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **Perbedaan Sikap Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sebelum Dan Sesudah Lebaran di Pasar Modern Kecamatan Sebrang ulu Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Adakah Perbedaan Sikap Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sebelum Dan Sesudah Lebaran Di Pasar Modern Kecamatan Seberang Ulu Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Perbedaan Sikap Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sebelum Dan Sesudah Lebaran di Pasar Modern Kecamatan Seberang Ulu Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian dapat memberikan bahan masukan dan gambaran praktek dari teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Lokasi Penelitian

Menjadi bahan pertimbangan dan masukan pada lembaga atau pasar baik pasar tradisional maupun pasar modern dalam meningkatkan peran dan pelayanannya.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang membuat topik yang relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga
Jakarta.
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta
Bandung.
- Tjiptono, Fandy dkk. (2008). *Pemasaran Strategi*. Penerbit CV Andi Offset.
Yogyakarta.
- Iqbal Hasan. (2012). *Poko-Pokok Materi Statistik 2*. Edisi Kedua. Penerbit PT
Bumi Aksara. Jakarta
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Prakti*.
Penerbit andi. Jakarta.123
- J. Paul Peter & Jerry C. Olson (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi
Pemasaran*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.