

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

**PENGARUH DAYA TARIK PASAR
TRADISIONAL DAN PASAR MODERN
TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DI
KELURAHAN SAWOJAJAR KOTA MALANG**

Disusun Oleh:

Muhammad Akbar Nugraha

19.24.004



**PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN INSTITUT
TEKNOLOGI NASIONAL MALANG**

2024



PERHIMPUNAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No.2, Telp. (0341) 551431 (Blimbing), Fax. (0341) 553015 Malang 65145

Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax (0341) 417634 Malang

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH DAYA TARIK PASARTRADISIONAL DAN PASAR MODERN TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DI KELURAHAN SAWOJAJAR KOTA MALANG

Skripsi dipertahankan di hadapan Majelis Penguji Sidang Skripsi
Jenjang Strata Satu (S-1)

Pada Hari : Senin

Tanggal : 19 Februari 2024

Diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota

Disusun oleh:

Muhammad Akbar Nugraha

19.24.004

Disahkan oleh:

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Dr. Ir. Ibnu Sasongko, MT

Endang Budi Santosa, ST., MT

Arief Setijawan, ST., MT



Mengetahui,
Ketua Majelis Penguji Perencanaan Wilayah dan Kota

Dr. Ir. Maria Cristina Endarwati., MIUEM.,

NIP. 1.103 120 0455



PERHIMPUNAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

Kampus I : Jl. Bendungan Sigra-gura No.2. Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553025 Malang 65145

Kampus II : J. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax (0341) 417634 Malang

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH DAYA TARIK PASARTRADISIONAL DAN PASAR MODERN TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DI KELURAHAN SAWOJAJAR KOTA MALANG

Disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota

Institut Teknologi Nasional Malang

Disusun oleh:

Muhammad Akbar Nugraha

19.24.004

Menyetujui,

Pembimbing I

Ardiyanto Maksimilianus Gai, ST, Msi

NIP.Y.103 150 0487

Pembimbing II

Ir. Titik Poerwati, MT

NIP.Y.103 940 0266

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota



Desy Maria Krisna Enderwati, MIUEM.,

NIP.103 120 0455



PERHIMPUNAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No.2. Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II: Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax (0341) 417634 Malang

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Akbar Nugraha

NIM : 19.24.004

Hari/Tgl : Senin, 19 Februari 2024

Judul : Pengaruh Daya Tarik Pasartradisional Dan Pasar Modern
Terhadap Persepsi Konsumen Di Kelurahan Sawojajar Kota
Malang

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir yang saya tulis ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila kemudian hari dapat dibuktikan bahwa tugas akhir ini adalah jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 19 Februari 2024
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Akbar Nugraha
NIM: 19.24.004



PERHIMPUNAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN**

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No.2. Telp. (0341) 551433 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II: Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax (0341) 417634 Malang

LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana Program
Studi Perencanaan Wilayah dan Kota:

Nama : Muhammad Akbar Nugraha
NIM : 1924004
Hari/Tanggal : Senin, 19 Februari 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Pasartradisional Dan Pasar
Modern Terhadap Persepsi Konsumen Di Kelurahan
Sawojajar Kota Malang

Terdapat kekurangan yang meliputi:

1. Tegaskan tujuan dan hasil akhir.
2. Perhatikan kesetaraan terkait perbandingan..
3. Hasil akhir menjadi rekomendasi yang spesifik

Malang, 19 Februari 2024

Penguji I

Dr. Ir. Ibnu Sasongko, MT



PERHIMPUNAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

Kampus I : Jl. Bendungan Sigura-gura No.2, Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417636 Fax. (0341) 417634 Malang

LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana Program

Studi Perencanaan Wilayah dan Kota:

Nama : Muhammad Akbar Nugraha
NIM : 1924004
Hari/Tanggal : Senin, 19 Februari 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Pasartradisional Dan Pasar Modern Terhadap Persepsi Konsumen Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang

Terdapat kekurangan yang meliputi:

1. Cara penentuan pengisian kuisioner
2. Penentuan besar pengaruh daya tarik pasar

Malang, 19 Februari 2024

Penguji II


Endang Nudi Santosa, ST., MT.



PERHIMPUNAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

Kampus I : Jl. Bendungan Sigitra-gura No.2, Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417036 Fax (0341) 417034 Malang

LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana Program
Studi Perencanaan Wilayah dan Kota:

Nama : Muhammad Akbar Nugraha
NIM : 1924004
Hari/Tanggal : Senin, 19 Februari 2024
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Pasartradisional Dan Pasar Modern Terhadap Persepsi Konsumen Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang

Terdapat kekurangan yang meliputi:

1. Definisi daya tarik dan bagaimana cara mengukurnya.
2. Analisis anova disesuaikan.
3. Analisis faktor memakai tipe yang mana (exploratory atau VCE).
4. Apakah ada hubungan antara sasaran 1 ada hubungan dengan sasaran selanjutnya.

Malang, 19 Februari 2024

Penguji III

Arief Setijawan, ST., MT

PENGARUH DAYA TARIK PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DI KELURAHAN SAWOJAJAR KOTA MALANG

Muhammad Akbar Nugraha

Ardiyanto Maksimilianus Gai, ST., M.Si
Ir. Titik Poerwati, MT

Email: akbarnugraha220@gmail.com

ABSTRAK

Pasar modern Kota Malang berkembang dengan cepat. Pasar non tradisional dapat meningkatkan persaingan antara pasar modern dan konvensional, seperti yang terlihat di Pasar Sawojajar dan Superindo di sekitarnya. Hal ini didukung oleh perubahan perilaku masyarakat yang semakin modern, yang menyebabkan pergeseran dari pasar tempat belanja tradisional ke pasar modern. Setiap pasar harus memiliki sesuatu yang menarik untuk menarik konsumen. Pengaruh daya tarik pasar terhadap persepsi pelanggan adalah subjek penelitian ini. Studi komparasi dilakukan pada orang-orang yang berbelanja di Superindo Sawojajar dan Pasar Tradisional Sawojajar. Hasil analisis menunjukkan bahwa pasar Sawojajar memiliki beberapa hal yang membuatnya berbeda, seperti variasi produk, harga, dan fasilitas umum, sedangkan daya tarik Superindo adalah kenyamanan, variasi produk, harga, dan kondisi fisik pasar. Terlepas dari daya tarik kedua pasar terletak pada kemudahan aksesibilitas, jarak yang cukup jauh memisahkan kedua pasar tersebut membuatnya lebih sulit untuk diakses. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik pasar memengaruhi persepsi pelanggan; pasar tradisional lebih disukai daripada Superindo Sawojajar.

Kata Kunci : Daya Tarik, Pasar Tradisional, Pasar Modern, Persepsi Konsumen

***THE EFFECT OF TRADITIONAL MARKET
ATTRACTION AND MODERN MARKETS ON
CONSUMER PERCEPTIONS IN SAWOJAJAR
DISTRICT, MALANG CITY***

Muhammad Akbar Nugraha

Ardiyanto Maksimilianus Gai, ST., M.Si

Ir. Titik Poerwati, MT

Email: akbarnugraha220@gmail.com

ABSTRACT

The modern market of Malang City is growing rapidly. Non-traditional markets can increase competition between modern and conventional markets, as seen in the surrounding Sawojajar and Superindo markets. This is supported by changes in society's increasingly modern behavior, which has caused a shift from traditional shopping markets to modern markets. Every market must have something interesting to attract consumers. The influence of market attractiveness on customer perceptions is the subject of this research. A comparative study was conducted on people who shopped at Superindo Sawojajar and Sawojajar Traditional Market. The analysis results show that the Sawojajar market has several things that make it different, such as product variations, prices, and public facilities, while Superindo's attraction is convenience, product variations, prices, and physical market conditions. Although the appeal of both markets lies in their ease of accessibility, the considerable distance separating the two markets makes them more difficult to access. The research results show that market attractiveness influences customer perceptions; traditional markets are preferred over Superindo Sawojajar.

Keywords : *Attractiveness, Traditional market, Modern market, consumer perception*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan RahmatNya sehingga tugas akhir yang berjudul **Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Terhadap Presepsi Konsumen Di Kelurahan Sawojajar Kota Malang** dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini tentu banyak didapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih terutama kepada orang tuaku yang telah memberikan doa, motivasi, kasih sayang yang tiada henti kepada saya.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Maria Crhistina Endarwati., MIUEM., selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota S-1 ITN Malang.
2. Bapak Ardiyanto Maksimilianus Gai, S.T., MSi., selaku dosen pembimbing pertama
3. Ibu Ir. Titik Poerwati , M.T selaku dosen pembimbing kedua.
4. Dosen dan staf pengajar Program Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan ITN Malang.

Disadari bahwa apa yang telah penulis sampaikan dalam Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan demikian semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Malang, April 2023

Muhammad Akbar Nugraha
NIM. 1924004

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR GRAFIK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Sasaran Penilitan	4
1.4 Ruang Lingkup	5
1.5 Keluaran dan Manfaat	5
1.5.1 Keluaran Penlitan	5
1.5.2 Manfaat Penilitan	6
1.6 Sistematika Pembahasan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Aktivitas Ekonomi Perkotaan	7
2.2 Pengertian Pasar	8
2.2.1 Fungsi Pasar	10
2.2.2 Jenis Pasar	10
2.2.3 Pemasaran	14
2.3 Konsumen	15
2.3.1 Perilaku Konsumen	15
2.3.2 Persepsi Konsumen	18
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen	19
2.4 Daya Tarik Pasar	20
2.5 Hipotesis	21

2.6	Penelitian Terdahulu.....	21
2.7	Landasan Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Populasi dan Sampel.....	27
3.3	Data yang diperlukan.....	28
3.4	Metode pengumpulan data.....	29
3.5	Analisi Data dan Teknik Analisis.....	29
3.5.1	Analisis Data.....	29
3.5.2	Teknik Analisis	30
BAB IV GAMBARAN UMUM		35
4.1	Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	35
4.2	Gambaran Umum Pasar di Lokasi Penelitian.....	36
4.3	Gambaran Umum Responden Konsumen.....	37
BAB V HASIL DAN ANALISA.....		41
5.1	Karakteristik Konsumen.....	41
5.2	Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Persepsi Konsumen Dalam Memilih Pasar	44
5.3	Pengaruh Daya Tarik Pasar	51
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		55
6.1	Kesimpulan	55
6.2	Rekomendasi	55
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN		59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sintesa Aktivitas Ekonomi Perkotaan	8
Tabel 2.2 Sintesa pengertian pasar	9
Tabel 2.3 Sintesa Pasar Tradisional	11
Tabel 2.4 Sintesa Pasar Modern	13
Tabel 2.5 Sintesa Perilaku Konsumen	16
Tabel 2.6 Sintesa Persepsi Konsumen	19
Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.8 Rumusan Variabel Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	40
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 5.3 KMO and Bartlett's Test.....	47
Tabel 5.4 Uji Communalities	48
Tabel 5.5 Uji Variance Explained	48
Tabel 5.6 Uji Component Matrix	50
Tabel 5.7 Uji Rotated Component Matrix	50
Tabel 5.8 Faktor Faktor yang berpengaruh	51
Tabel 5.9 Uji Mean Presepsi Konsumen.....	51
Tabel 5.10 Uji Homogeneity of Variances	52
Tabel 5. 11 Uji Anova.....	52
Tabel 5.12 Rekapitulasi Analisis Skoring Daya Tarik Pasar.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian.....	35
Gambar 4. 2 Pasar Tradisional Sawojajar	36
Gambar 4.3 Superindo Sawojajar	37

DAFTAR GRAFIK

Grafik 5.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	41
Grafik 5.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Grafik 5.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	42
Grafik 5.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	43
Grafik 5.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	43
Grafik 5.6 Scree Plot.....	49