

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sekarang ini kehadiran pasar modern di Indonesia sudah semakin menjamur. Keberadaan pasar modern dapat ditemukan dan dijangkau dengan mudah oleh masyarakat. Bahkan hingga ke desa-desa sangat mudah menjumpai pasar modern. Hal ini jika terus dibiarkan semakin lama, dapat menjatuhkan keberadaan pasar tradisional yang ada.

Pasar tradisional dianggap sebagai pusat jalur pemasaran hasil produksi dari kalangan pengusaha kecil dan juga sebagai sumber pasokan bahan baku yang dibutuhkan industri yang dinilai sangat strategis bagi pengembangan ekonomi masyarakat.<sup>2</sup> Sehingga keberadaan pasar tradisional harus tetap dipertahankan, karena pasar tradisional ini mempunyai nilai utilitas yang tinggi yaitu memberikan lapangan pekerjaan di sektor informal dan menumbuhkan usaha mandiri, tempat bagi masyarakat yang menggantungkan hidupnya sebagai pedagang, serta adanya nilai-nilai luhur, keunikan dan kearifan lokal yang tidak dapat ditemukan dipasar modern.

Preferensi konsumen memiliki hubungan erat dengan permasalahan penetapan pilihan. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen

---

<sup>2</sup> Rasmulia Sembiring, "Pengaruh Harga, Kualitas, Keragaman Produk dan Lokasi Pasar terhadap Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk Pertanian di Pasar Tradisional Brastagi", *Agrica: Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*, Vol. 9 No. 2 Tahun 2016, hal. 108

dari berbagai alternatif pilihan yang ada.<sup>3</sup> Dengan semakin berkembangnya pasar modern ini mengakibatkan adanya perubahan yang mempengaruhi kehidupan masyarakat, salah satunya ialah memilih tempat belanja. Dalam menetapkan pilihan tempat belanja, masyarakat pasti menilai dan membandingkan karakteristik-karakteristik tempat belanja yang sesuai dengan kriteria preferensi mereka.

**Tabel 1.1**  
**Tempat Belanja Kebutuhan Rumah Tangga Bulanan Tahun 2022**

<b>Tempat Belanja</b>	<b>Persentase</b>
Supermarket	34,30%
Pasar tradisional	20,05%
Warung kelontong	16,35%
Swalayan	15,20%
Beli online/e-commerce	13,65%
Tidak pernah beli	0,45%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Sumber: JakPat, 2022

Berdasarkan Gambar 1.1, menurut hasil survei Jakpat terhadap 2.000 responden menunjukkan bahwa supermarket menjadi yang paling banyak dipilih masyarakat Indonesia sebagai tempat belanja barang kebutuhannya saat ini yaitu sebesar 34,3%. Sedangkan pasar tradisional menjadi pilihan tempat belanja kedua yaitu sebesar 20,05%.

Fenomena ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen dalam menetapkan pilihan tempat belanja telah berubah. Sekarang ini masyarakat lebih banyak yang memilih berbelanja di pasar modern seperti supermarket

---

<sup>3</sup> Ade Nurhayati Kusuma Dewi, "Pengaruh Harga, Kualitas, Kondisi Pasar dan Lokasi Pasar terhadap Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Pasar Tradisional", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4 No. 1 Tahun 2014, hal. 2

dan swalayan daripada berbelanja di pasar tradisional. Semakin banyaknya pasar modern yang hadir bahkan di wilayah pedesaan mengakibatkan eksistensi pasar tradisional di mata masyarakat semakin menurun karena masyarakat mulai beralih berbelanja di pasar modern yang memang memberikan fasilitas serta pelayanan lebih baik daripada pasar tradisional.

Namun, keberadaan pasar tradisional ini tidak dapat dibiarkan tergerus oleh banyaknya pasar modern yang hadir sekarang ini. Karena pasar tradisional ini sangatlah penting bagi masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang. Apabila hal seperti ini dibiarkan, lambat laun keberadaan pasar tradisional akan menghilang dan mengakibatkan pedagang gulung tikar karena mereka para pedagang tidak dapat bertahan dalam persaingan usaha yang semakin ketat dibandingkan dengan pasar modern, dan hasilnya dapat meningkatkan jumlah pengangguran di Indonesia. Oleh karena itu, pasar tradisional harus terus dijaga dan dikembangkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen untuk menarik konsumen terus berbelanja di pasar tradisional.

Sebagaimana dikutip Fajrin, et. all., beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi (pilihan) konsumen ialah pendapatan konsumen, kualitas produk, harga, keragaman produk, dan lokasi.<sup>4</sup> Penelitian ini mengambil tiga faktor untuk dilakukan pengujian yaitu keragaman produk, kualitas produk, dan harga. Hal ini dikarenakan, dengan dipilihnya tiga variabel tersebut dapat membuat peneliti benar-benar fokus melakukan

---

<sup>4</sup> Errin Arbaeni Fajrin, et. all, "Faktor Pembentuk Preferensi Masyarakat Kota Bandung dalam Memilih Belanja di Pasar Tradisional dan di Pasar Modern (Aplikasi Metode A H P)", *Prosiding Ilmu Ekonomi*, Vol. 1 No. 1 Tahun 2015, hal. 3

penelitian pada variabel yang telah dipilih. Selain itu, karena keterbatasan waktu yang ada juga menyebabkan peneliti belum bisa meneliti semua variabel di atas.

Keragaman produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Sebagaimana dikutip Parengkuan dan Nurhasanah, keragaman produk adalah tersedianya berbagai jenis produk yang dihasilkan oleh produsen yang ditawarkan kepada konsumen untuk dimiliki, digunakan atau dimanfaatkan sesuai dengan selera dan keinginannya.<sup>5</sup> Jika produk yang disediakan beranekaragam, maka hal itu akan lebih mudah untuk menarik konsumen karena mereka dipermudah dalam memilih produk yang sesuai dengan keinginannya.<sup>6</sup> Oleh karena itu semakin beragamnya produk yang tersedia maka preferensi konsumen akan semakin meningkat. Begitupun sebaliknya, jika ragam produk yang disediakan semakin sedikit maka preferensi konsumen akan menurun.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen ialah faktor kualitas produk. Sebagaimana dikutip Fajrin, et. all., kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memberikan fungsi ataupun manfaat kepada konsumennya meliputi kemudahan, daya tahan, ketepatan, keandalan, serta atribut yang lainnya. Produk dapat dikatakan berkualitas baik, ketika produk tersebut telah memberikan fungsi ataupun manfaatnya

---

<sup>5</sup> Stephanie Parengkuan dan Nina Nurhasanah, "Analisis Komparatif Preferensi Konsumen dalam Belanja Online", *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic*, Vol. 12 No. 2 Tahun 2021, hal. 195

<sup>6</sup> Rahadian Ali Oetomo dan Rini Nugraheni, "Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang)", *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Semarang: Universitas Diponegoro*, Tahun 2012, hal. 9

kepada konsumen sehingga dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>7</sup> Oleh karena itu, jika kualitas produk yang diperdagangkan lebih baik maka preferensi konsumen akan meningkat. Begitupun sebaliknya, jika kualitas produknya kurang baik maka akan menurunkan preferensi konsumen.

Selain keragaman produk dan kualitas produk, faktor harga juga dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Swastha mengemukakan bahwa harga ialah jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk dapat memperoleh kombinasi barang beserta pelayanannya.<sup>8</sup> Harga memiliki posisi yang penting terhadap preferensi konsumen karena ketika hendak berbelanja konsumen akan mencari produk yang sesuai dengan preferensinya. Ada konsumen yang mencari produk melalui pertimbangan produk yang dinilai paling ekonomis untuk produk kebutuhan sehari-hari, sehingga konsumen akan sangat memperhatikan harganya bagi yang berperilaku hemat.

Harga juga dipandang sebagai indikator penentu dari kualitas produk, hal itu menjadikan konsumen mempertimbangkan antara harga dan kualitas produk agar sesuai dengan pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut. Karena mereka beranggapan apabila kualitas produk yang diberikan bagus, maka harga yang ditetapkan juga akan tinggi, begitupun sebaliknya.<sup>9</sup> Oleh karena itu jika harga suatu produk lebih terjangkau, harga yang dibayar sesuai dengan kualitas serta manfaat yang didapatkan konsumen maka dapat

---

<sup>7</sup> Errin Arbaeni Fajrin, et. all, "Faktor Pembentuk Preferensi...", hal. 4

<sup>8</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hal. 241

<sup>9</sup> Fitria Vega Sylvania Mujiono, "Analisis Pengaruh Label Halal, Pendapatan dan Harga Produk terhadap Preferensi Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Vol. 6 No. 2 Tahun 2018

meningkatkan preferensi konsumen. Begitu pula sebaliknya preferensi konsumen akan semakin menurun bila harga yang ditawarkan mahal dan tidak sesuai dengan kualitas ataupun manfaat yang didapatkan konsumen.

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang juga terdapat banyak pasar modern dan pasar tradisional. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung, pasar tradisional yang ada di Kabupaten Tulungagung berjumlah 29 pasar.

**Tabel 1.2**  
**Pasar Tradisional di Kabupaten Tulungagung Tahun 2020**

No.	Nama Pasar	Jumlah Pedagang	Omzet Tahunan
1	Pasar Campurdarat	261	Rp27.375.000.000.000
2	Pasar Dono	186	Rp720.000.000.000
3	Pasar Wage	650	Rp4.015.000.000.000.000
4	Pasar Ngeplak	1614	Rp5.110.000.000.000.000
5	Pasar Boyolangu	443	Rp14.600.000.000.000
6	Pasar Kauman	473	Rp127.750.000.000.000
7	Pasar Bandung	1175	Rp219.000.000.000.000
8	Pasar Sumbergempol	154	Rp2.880.000.000.000
9	Pasar Bendilwungu	258	Rp5.280.000.000.000
10	Pasar Gondang	216	Rp20.075.000.000.000
11	Pasar Tamanan	363	Rp52.925.000.000.000
12	Pasar Hewan	203	Rp624.000.000.000.000
13	Pasar Burung	179	Rp2.920.000.000.000
14	Pasar Ngentrong	91	Rp3.285.000.000.000
15	Pasar Tanggunggunung	46	Rp768.000.000.000
16	Pasar Ngantru	174	Rp6.205.000.000.000
17	Pasar Ngunut	816	Rp33.580.000.000.000
18	Pasar Pakel	7	Rp73.000.000.000
19	Pasar Pagerwojo	58	Rp1.440.000.000.000
20	Pasar Besuki	132	Rp1.200.000.000.000
21	Pasar Rejotangan	186	Rp12.045.000.000.000
22	Pasar Panjerejo	145	Rp27.375.000.000.000

No.	Nama Pasar	Jumlah Pedagang	Omzet Tahunan
23	Pasar Karangtalun	189	Rp12.000.000.000.000
24	Pasar Domasan	40	Rp23.725.000.000.000
25	Pasar Sendang	147	Rp4.752.000.000.000
26	Pasar Srikaton	16	Rp438.000.000.000
27	Pasar Mulyosari	52	Rp7.920.000.000.000
28	Pasar Karangrejo	343	Rp7.300.000.000.000
29	Pasar Pojok	60	Rp3.552.000.000.000

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung, 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa 29 pasar tradisional tersebut tersebar di berbagai kecamatan yang ada di Kabupaten Tulungagung. Dipilihnya Pasar Ngemplak sebagai objek penelitian, karena menurut tabel di atas pasar ini merupakan pasar terbesar di Kabupaten Tulungagung. Hal ini diketahui dari data jumlah pedagangnya, di mana Pasar Ngemplak memiliki jumlah pedagang terbanyak daripada pasar tradisional lainnya yaitu sebanyak 1.614 pedagang. Selain itu juga karena Pasar Ngemplak merupakan pasar yang memiliki omzet tahunan paling tinggi yaitu sebesar Rp. 5.110.000.000.000.000. Di mana hal ini menunjukkan bahwa produktivitas dari Pasar Ngemplak ini sangat baik. Sehingga walaupun di Kabupaten Tulungagung sudah banyak pasar modern yang hadir, Pasar Ngemplak masih tetap eksis dan memiliki daya tarik untuk dijadikan sebagai pilihan tempat belanja masyarakat terutama untuk berbelanja produk kebutuhan pokok. Hal ini dapat dijadikan acuan bagi pasar-pasar tradisional lainnya dalam menentukan kebijakan-kebijakan untuk terus mengembangkan pasar tradisional di era ketatnya persaingan dengan pasar modern saat ini.

Produk yang dijual di Pasar Ngemplak Tulungagung juga beragam jenisnya, berbagai produk yang menjadi kebutuhan masyarakat banyak tersedia di pasar ini, mulai dari sayuran, ikan, beras, sembako, buah, ayam potong, daging, serta pakaian. Selain itu, para pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung selalu menjaga kualitas produk yang diperdagangkan, mereka selalu menyediakan produk-produk dengan kualitas baik terutama produk jenis bahan makanan segar. Pasar Ngemplak Tulungagung juga menjual produk-produk dengan harga yang terjangkau.

Penelitian ini menggunakan variabel keragaman produk yang masih belum banyak diteliti. Oleh karena itu penelitian yang melibatkan variabel keragaman produk ini masih sangat perlu untuk dilakukan lagi. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan di area yang berbeda dengan penelitian terdahulunya, yang di mana masing-masing daerah pasti mempunyai karakteristik yang berbeda-beda mengenai topik penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat memberikan suatu peningkatan dari penelitian sebelumnya mengenai variabel keragaman produk, yaitu menolak ataupun mendukung hasil penelitian sebelumnya. Sehingga penelitian ini dapat memberikan perkembangan lagi bagi topik preferensi konsumen, karena hasil dari penelitian ini memperluas pembahasan mengenai pengaruh variabel keragaman produk, kualitas produk, dan harga terhadap preferensi konsumen.

Peneliti tertarik melakukan penelitian ini dikarenakan penelitian preferensi konsumen bertujuan untuk menguji apa yang disukai dan tidak disukai konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka. Dengan memahami

preferensi konsumen, dapat diketahui apa yang dibutuhkan dan juga diinginkan oleh konsumen saat ini. Sehingga dengan melakukan penelitian ini dapat menuntun munculnya kebijakan yang tepat yang dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Selain itu, preferensi konsumen juga mempengaruhi tingkat permintaan suatu produk. Sehingga dengan memahami preferensi konsumen, pasar dapat menyediakan produk-produk yang dibutuhkan dan diminta oleh konsumen sehingga tidak menimbulkan terjadinya kelebihan penawaran yang menyebabkan produk tidak dikonsumsi oleh konsumen. Berdasarkan uraian-uraian di atas, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Preferensi Konsumen Berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Banyaknya pasar modern yang hadir menurunkan preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional.
2. Hampir semua jenis produk yang dijual di pasar tradisional juga dapat ditemui di pasar modern.
3. Pasar tradisional maupun pasar modern sama-sama menjaga kualitas produknya tetap baik.
4. Terdapat konsumen yang mempertimbangkan harga yang menurutnya paling ekonomis. Namun ada juga konsumen yang beranggapan bahwa kualitas produk yang bagus harganya juga tinggi, begitupun sebaliknya.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, peneliti perlu menetapkan fokus penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian untuk menjawab permasalahan yang ada. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung?
4. Apakah keragaman produk, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap preferensi konsumen berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh keragaman produk terhadap preferensi konsumen berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap preferensi konsumen berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh harga terhadap preferensi konsumen berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung.

4. Untuk menguji pengaruh keragaman produk, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama terhadap preferensi konsumen berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Dari pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh, yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan kepada semua pihak, terutama mengenai faktor keragaman produk, kualitas produk, dan harga yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan konsumen dalam berbelanja.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung dan UPT Pasar Ngemplak Tulungagung

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam upaya mengembangkan Pasar Ngemplak Tulungagung untuk semakin menarik konsumen agar tetap berbelanja di pasar tradisional.

- b. Bagi Akademis

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bentuk dokumentasi ilmiah bagi pihak akademis, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk memperdalam wawasan dan pengetahuan peneliti, dan juga suatu bentuk penerapan ilmu yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu rujukan serta perbandingan bagi penelitian yang selanjutnya.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini ialah sebagai berikut:

### 1. Ruang Lingkup

- a. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen (Y), meliputi keragaman produk, lokasi, pendapatan konsumen, kualitas produk, dan harga.
- b. Subjek penelitian yaitu konsumen yang berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung.
- c. Lokasi penelitian yaitu Pasar Ngemplak Tulungagung.

### 2. Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini terbatas menguji pengaruh variabel keragaman produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) terhadap preferensi konsumen (Y).
- b. Penelitian ini terbatas dari segi waktu dan biaya sehingga pengambilan sampelnya adalah konsumen Pasar Ngemplak Tulungagung dengan jumlah yang terbatas

## **G. Penegasan Istilah**

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Keragaman produk

Keragaman produk adalah tersedianya berbagai jenis produk yang dihasilkan oleh produsen yang ditawarkan kepada konsumen untuk dimiliki, digunakan atau dimanfaatkan sesuai dengan selera dan keinginannya. Suatu perusahaan harus memperhatikan dan mengamati banyak hal untuk mengambil keputusan mengenai keragaman produk yang perusahaan hasilkan sekarang ataupun mendatang. Hal ini dikarenakan keragaman produk ialah salah satu unsur yang harus mendapatkan perhatian dalam melakukan bisnis.<sup>10</sup>

#### b. Kualitas produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan fungsi ataupun manfaat kepada konsumennya meliputi kemudahan, daya tahan, ketepatan, keandalan, serta atribut yang lainnya. Produk dapat dikatakan berkualitas baik, ketika produk tersebut telah memberikan fungsi ataupun manfaatnya kepada konsumen sehingga dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen<sup>11</sup>

#### c. Harga

Harga ialah jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk dapat memperoleh kombinasi barang beserta pelayanannya. Sehingga

---

<sup>10</sup> Stephanie Parengkuan dan Nina Nurhasanah, "Analisis Komparatif Preferensi...", hal. 195

<sup>11</sup> Errin Arbaeni Fajrin, et. all., "Faktor Pembentuk Preferensi...", hal. 4

harga yang dikeluarkan oleh konsumen tersebut sudah termasuk pelayanan dari penjualnya.<sup>12</sup>

d. Preferensi konsumen

Preferensi konsumen merupakan penetapan pilihan konsumen untuk memiliki atau tidak terhadap suatu produk yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen terhadap suatu produk dari berbagai pilihan produk yang tersedia. Teori preferensi digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini, ketika seseorang ingin mengonsumsi produk namun sumber dayanya terbatas maka ia harus menetapkan alternatif pilihan sehingga nilai guna yang diperoleh akan optimal. Sehingga preferensi konsumen ini memiliki hubungan erat dengan penetapan pilihan.<sup>13</sup>

e. Pasar

Pasar merupakan tempat sekumpulan pembeli dan penjual untuk melaksanakan transaksi suatu produk atau kelompok produk tertentu.<sup>14</sup> Salah satu pasar tradisional yang ada di Kabupaten Tulungagung ialah Pasar Ngemplak Tulungagung.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional penelitian yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Preferensi Konsumen Berbelanja di Pasar Ngemplak Tulungagung” ialah membahas bagaimana

---

<sup>12</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 241

<sup>13</sup> Ade Nurhayati Kusuma Dewi, "Pengaruh Harga, Kualitas,...", hal. 2

<sup>14</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Benyamin Molan, 12th edn, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hal. 12

pengaruh faktor keragaman produk, kualitas produk, dan harga terhadap preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional. Keragaman produk dalam penelitian ini didefinisikan berbagai jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan kemampuan produk dalam memberikan manfaat kepada konsumen. Harga dalam penelitian ini didefinisikan sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk memperoleh barang yang diinginkannya. Dengan demikian, keragaman produk, kualitas produk, dan harga kemungkinan dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Preferensi konsumen berbelanja di pasar tradisional dapat ditingkatkan apabila didukung oleh pengelolaan yang semakin baik pada keragaman produk, kualitas produk, dan harga.

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Adapun sistematika penulisan skripsi yang dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagian Awal**

Bagian ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

### **2. Bagian Utama**

Bagian ini terdiri dari 6 bab, yaitu sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat penjelasan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tinjauan pustaka yang berisikan teori-teori yang membahas topik penelitian yaitu teori permintaan, teori preferensi konsumen, teori keragaman produk, teori kualitas produk, teori harga, hubungan antar variabel penelitian, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian, serta mapping variabel, indikator, dan teori.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta analisis data.

## BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini memuat paparan dari hasil penelitian yang berisikan gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, deskripsi variabel, serta pengujian hipotesis.

## BAB V PEMBAHASAN

Bab ini memuat pembahasan yang menjawab masalah penelitian, serta menunjukkan bagaimana tujuan penelitian itu telah dicapai melalui hasil analisis data.

## BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang dua hal pokok yaitu kesimpulan dan saran/rekomendasi. Kesimpulan berisi rangkuman hasil pembahasan penelitian. Sedangkan saran berisi pendapat peneliti yang ditujukan kepada pihak terkait.

### 3. Bagian Akhir

Bagian ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.