

ABSTRAK

ANALISIS PERBANDINGAN SIKAP KONSUMEN DALAM MEMILIH PASAR TRADISIONAL (PASAR TUGU BANDARLAMPUNG) DAN PASAR MODERN (CHANDRA *SUPERSTORE* CABANG TANJUNG KARANG)

**Oleh:
Rani Hapsari Kusuma Asri**

Proses pemilihan tempat berbelanja tertentu sangat dipengaruhi oleh faktor sikap, karakteristik konsumen dan karakteristik tempat berbelanja. Adanya peranan sikap dalam perilaku konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen akan memilah-milah atau membanding-bandingkan karakteristik tempat berbelanja yang dirasakan dengan kriteria evaluasi dari pelanggan inti, selain itu terdapat faktor pembanding yang membuat masyarakat tetap senang berbelanja di pasar tradisional dan tidak menutup kemungkinan pula bahwa masyarakat juga senang berbelanja di pasar modern.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah "Adakah perbedaan sikap antara konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dan konsumen pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang?", serta "Berapakah besarnya perbedaan sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dan konsumen pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang?". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah perbedaan sikap antara konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dan konsumen pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang, serta untuk mengetahui seberapa besar tingkat perbandingan sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dan konsumen pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: ada perbedaan sikap konsumen pasar tradisional Pasar

Tugu Bandar Lampung dengan sikap konsumen pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang.

Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, dengan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada Pasar Tugu Bandar Lampung dan Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang, sedangkan sampel diambil menggunakan rumus literasi, sehingga diketahui sampel dalam penelitian ini sebesar 98 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji-t berpasangan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Atribut-atribut yang dianalisis yaitu produk, harga, lokasi, promosi, *people*, proses dan prasarana fisik.

Hasil penelitian setelah diadakan pengujian dengan uji-t secara parsial ditemukan perbedaan yang signifikan sebesar 0,000 berada dibawah *level of significance* yang digunakan ($\alpha = 0,05$) sehingga tolak H_0 . Diketahui bahwa adanya perbedaan sikap konsumen pasar tradisional Pasar Tugu Bandar Lampung dan sikap konsumen pasar modern Chandra *Superstore* Cabang Tanjung Karang pada variabel harga, lokasi, promosi, *people*, dan prasarana fisik, sedangkan pada variabel produk dan proses tidak ditemukan perbedaan yang signifikan.

Saran yang diberikan dalam penelitian ini yaitu Pengelola Pasar Tugu Bandar Lampung hendaknya memperhatikan faktor lokasi yang ada, melakukan promosi dan meningkatkan prasarana fisik pasar. Pasar Modern Chandra *Superstore* hendaknya menerapkan harga rendah dalam penjualan produknya.