

ABSTRAK

PENGARUH SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DI PASAR TRADISIONAL TUGU BANDAR LAMPUNG

Oleh

TOMMY ARISANDY

Kemunculan pengecer-pengecer modern pada suatu sisi menguntungkan pelanggan karena dihadapkan pada berbagai pilihan jenis sementara pada sisi lain muncul kekhawatiran dari pada pedagang tradisional yang merasa terancam karena kehadiran pengecer-pengecer modern tersebut. Kekhawatiran tersebut muncul karena perasaan tidak adanya keseimbangan kekuatan antara pengecer tradisional dengan pengecer modern, sehingga munculnya pengecer modern akan mematikan pengecer tradisional yang rata-rata sudah muncul lebih dahulu.

Tidak terkecuali untuk pasar tradisional Tugu di Kota Bandar Lampung terjadi situasi yang sama, standar layanan konsumen sangat rendah namun ketika muncul pesaing yang mampu merespon tuntutan konsumen lebih baik justru di tentang pemain lain dalam pasar eceran tersebut. Oleh karena itu dalam penelitian ini, Sikap konsumen pada pasar Tugu di Bandar Lampung akan diukur pada faktor: Harga, Kenyamanan, Kelengkapan produk, kejujuran dan Jarak tempuh. Untuk itu, maka dapat dirumuskan permasalahan Apakah Sikap Konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan membeli di pasar Tugu Bandar Lampung.

Berdasarkan hasil pemahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu Sikap konsumen di pasar tradisional tentang harga adalah negatif. Ini berarti harga barang di pasar tradisional dianggap masih wajar (baik) oleh konsumen dalam arti lebih praktis, mudah, adanya kebebasan untuk tawar menawar. Sikap konsumen tentang kenyamanan di pasar tradisional bersifat positif. Maksudnya, bahwa konsumen menganggap pasar tradisional masih nyaman untuk berbelanja, hal ini mungkin karena kesederhanaan tempat membelanjanya. Sikap konsumen tentang kelengkapan produk bersifat positif. Maksudnya, bahwa barang di pasar tradisional dianggap konsumen dapat memenuhi kebutuhannya terutama yang akan digunakan untuk berdagang kembali. Sikap konsumen tentang kejujuran para pedagang. Secara statistik variabel ini memiliki keberartian terhadap minat untuk berbelanja di pasar tradisional. Hal ini dapat dimengerti karena kejujuran adalah hal yang relatif, terlebih bagi para pedagang yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan mengenyampingkan kepuasan pelanggan. Dan ini telah menjadi stigma untuk pedagang di pasar tradisional yang belum memahami konsep pemasaran secara utuh.

Diharapkan para pedagang di pasar tradisional tetap memegang atau menjaga hubungan emosional dengan para pelanggannya. Hubungan tersebut seperti adanya tawar menawar, kesan kesederhanaan pasar tradisional, keramahan yang memang dimiliki bukan karena dibuat-buat.