

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH PASAR TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA

Oleh

Ahmad Qusyairi

Email : bagokstyle@gmail.com

INTISARI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh timbulnya fenomena persaingan yang semakin ketat menyebabkan keberadaan pasar-pasar tradisional yang ada di Yogyakarta semakin berkompetisi untuk menarik perhatian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas, fasilitas, lokasi dan jam operasional terhadap perbedaan preferensi masyarakat dalam memilih pasar tradisional di Kota Yogyakarta (studi kasus di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem). Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang berbelanja di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem dan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 150 responden yaitu 75 di Pasar Beringharjo dan 75 di Pasar Ngasem dengan menggunakan metode Accidental Sampling. Metode analisis yang digunakan adalah metode Independent Sample T-Test, variabel dependen dalam penelitian ini yaitu preferensi masyarakat dalam memilih pasar tradisional dan variabel independennya terdiri dari harga, kualitas, fasilitas, lokasi dan jam operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga variabel yang memiliki persamaan atau tidak adanya perbedaan yang signifikan terhadap preferensi masyarakat yaitu harga, lokasi dan jam operasional, sedangkan variabel kualitas dan fasilitas terdapat perbedaan preferensi masyarakat dalam memilih pasar tradisional.

Kata Kunci: Pasar tradisional; Preferensi; Independent sample t-test

ABSTRACT

This research is motivated by the emergence of the competition phenomenon which increasingly strict make the competition among traditional markets in Yogyakarta increase significantly in order to get attention from consumers. The purpose of this research was to determine the effect of price, quality, facility, location and the operational hours of the citizen's preference different in selecting a traditional market in the city of Yogyakarta (a case study in Beringharjo and Ngasem traditional market). Respondents in this research are

consumers who are shopping in Beringharjo and Ngasem and the number of samples set as many as 150 respondents i.e 75 in Beringharjo and 75 in Ngasem using accidental sampling method. The analytical method employed in this reseach is a independent sample t-test. The dependent variable in this research is preference of the society in choosing a traditional market, and the independent variables consist of price, quality, facility, location and operational hours. The result of this reseach shows that three are three nothing different significant variables i.e price, location and operational hours, while the variable independent variable of qualities and facilities are different significant to the citizen's preference in choosing traditional markets.

Keywords: Traditional market; Preferences; Independent sample t-test

PENDAHULUAN

Pasar adalah salah satu kegiatan perdagangan yang tidak bisa terlepas dari kegiatan sehari-hari manusia. Dengan semakin pesatnya perkembangan penduduk maka semakin besar pula tuntutan kebutuhan akan pasar baik secara kuantitas maupun kualitas. Keberadaan pasar tradisional sudah menjadi bagian yang tidak terlepas dalam kehidupan masyarakat desa maupun perkotaan (Djau, 2009; Damsar, 2009) menjelaskan bahwa pasar merupakan salah satu yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Sebutan propinsi DIY sebagai kota budaya, kota pendidikan, dan sebagai salah satu daerah tujuan wisata, tak heran setiap saat jumlah penduduknya mengalami perkembangan. Pertambahan penduduk tersebut meliputi masuknya berbagai suku dengan berbagai adat istiadat dan kebudayaannya, memberikan corak tersendiri yang akan mempengaruhi gaya hidup dan perilaku konsumen di wilayah ini.

Proses psikologis dasar memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Keputusan membeli dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya (budaya, sub-budaya, kelas sosial); sosial (kelompok

acuan, keluarga, peran dan status); pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri) serta psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap (Kotler dan Lane, 2009). Konsumen harus mengambil keputusan menyangkut barang dan jasa yang mereka pilih; di mana harus dibeli di pasar tradisional, dengan harga dan kualitas yang bagaimana, siapa yang harus mengambil keputusan membeli sangat dipengaruhi oleh harga, kualitas, pelayanan, model dan kemasan, variasi, suasana, lokasi, dan promosi (Kotler dan Lane, 2009).

Pasar Beringharjo merupakan salah satu pasar tradisional yang tertua di kota Yogyakarta. Pasar ini didirikan pada tahun 1926 dan telah menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat Yogyakarta selama bertahun-tahun. Pasar beringharjo juga merupakan pasar yang memiliki jumlah pengunjung ataupun peminat pada tiap tahunnya karena letaknya yang strategis yang berada di kompleks Malioboro Yogyakarta. Sedangkan Pasar Ngasem merupakan pasar yang terletak di kawasan wisata Tamansari Kota Yogyakarta, pasar ini dulunya khusus menjual satwa burung, namun sekarang Pasar Ngasem dipisah atau direlokasi menjadi Pasar PASTY yaitu Pasar Satwa dan Tanaman Hias yang khusus menjual berbagai macam satwa-satwa dan tanaman hias. Sedangkan Pasar Ngasem sendiri masih tetap berjalan dan masih dilakukan aktivitas perdagangan di kawasan Wisata Tamansari Yogyakarta. Sebagai alasan mengambil Pasar Ngasem sebagai penelitian karena bisa dilihat dari data dari Dinas Pengelolaan Pasar tahun 2015 memiliki jumlah pengunjung paling banyak diantara banyak pasar yang lokasinya berdekatan dengan Pasar Beringharjo dan alasan lain karena Pasar Ngasem sebagai bagian dari kawasan Malioboro atau Kawasan Pusat Pertokoan Yogyakarta (*Yogyakarta Inner City*) dan masih satu kelompok dengan Wisata Tamansari Yogyakarta yang mengalami perkembangan secara alami sejalan dengan dinamika kehidupan masyarakat Yogyakarta.

Studi sebelumnya yang dilakukan oleh Fure (2013) yang meneliti tentang “Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca” menemukan bahwa lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati, Keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati, harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati.

Penelitian ini akan menganalisis berbagai faktor yang akan berpengaruh terhadap pilihan masyarakat dalam memilih pasar tradisional yang ada di Kota Yogyakarta. Adapun judul penelitian ini adalah ”Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Memilih Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta (Studi kasus di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem Kota Yogyakarta)”.

Rumusan Masalah

Persaingan yang terjadi diantara pasar tradisional yang ada di Kota Yogyakarta kini semakin banyak muncul, preferensi masyarakat akan memilih tersebut kini didukung dengan semakin banyaknya inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pasar tradisional, sehingga muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

“Apakah terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap harga, kualitas, fasilitas, lokasi dan jam operasional di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem ? ”

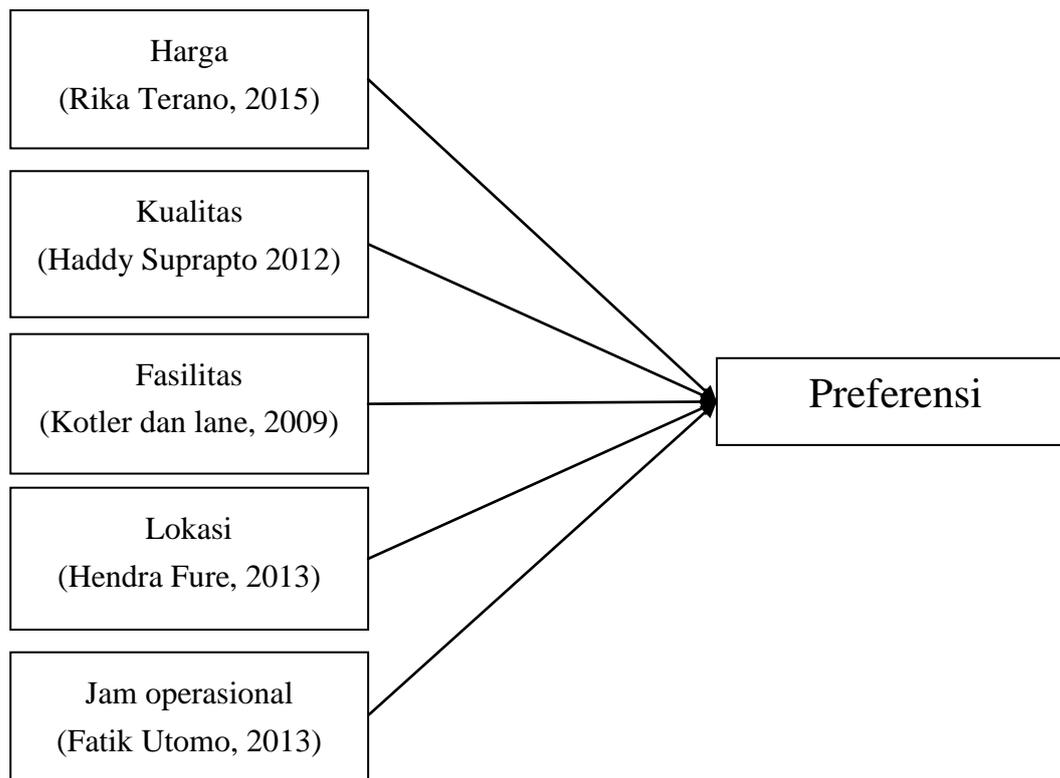
Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui perbedaan preferensi terhadap harga, kualitas, fasilitas, lokasi dan jam operasional yang berada di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem.

Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dalam pembuatan penelitian ini dapat dilihat dibawah ini:



METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data atau informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti yang dapat diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden dan observasi langsung. Data atau responden yang dicapai adalah siapa saja yang sudah pernah berbelanja dipasar tradisional yang ada di

Kota Yogyakarta. Penelitian menggunakan data primer untuk mendukung penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti dengan akan mewawancarai sekaligus mendampingi dengan memberikan kuisisioner.

Penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta dengan beberapa pertimbangan. *Pertama*, Kota Yogyakarta merupakan salah satu pusat perekonomian yang ada di Jawa dimana kota ini berkembang banyak pasar tradisonal yang menjadi *icon* Yogyakarta yang menjadikan pariwisata dan belanja sebagai pendapatan asli daerah. *Kedua*, Kota Yogyakarta merupakan kota pendidikan, dimana berbagai perguruan tinggi, ilmuwan, dan aktivis pemerhati masalah-masalah sosial kemasyarakatan berada dan berani memberikan penilaian kritis terhadap sebuah kebijakan pemerintah. *Ketiga*, pertimbangan praktis, yaitu kemudahan akses bagi peneliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara atau *interview* merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden atau sumber informasi. Data atau informasi itu berupa tanggapan, pendapat, keyakinan, perasaan, hasil pemikiran, atau pengetahuan seseorang tentang segala sesuatu hal yang dipertanyakan sehubungan dengan masalah penelitian. Instrumen dari teknik wawancara tersebut dengan membagikan kuisisioner untuk diisi oleh responden, dimana pengertian dari kuisisioner itu sendiri merupakan alat bantu yang paling banyak digunakan, berupa suatu daftar pertanyaan tertulis mengenai suatu permasalahan tertentu untuk dijawab dengan tertulis (Wardiana, 2013). Teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu yang kemudian berikan kepada masyarakat (konsumen) yang akan memilih pasar tradisional di Kota Yogyakarta.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu ada pembatasan untuk membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel (Ferdinand, 2006). Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian. Pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat mudah dalam menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Sekaran, 2006).

Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian adalah 141.041 konsumen dengan rata-rata perhari menjadi 386 konsumen. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada atau dijumpai (Amirin, 2011). Metode *Accidental Sampling* digunakan karena sesuai dengan jenis penelitian yang akan dilakukan dengan metode wawancara melalui kuisisioner yang akan dibagikan kepada respon yang kebetulan dijumpai di tempat penelitian, kelebihanannya yaitu praktis, mudah, cepat dan tidak memerlukan waktu yang lama.

Dengan menggunakan metode Slovin (1962), dimana sampel yang terlalu kecil akan dapat menyebabkan penelitian tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya. Sebaliknya, sampel yang terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian. Adapun rumus dari metode Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dalam penelitian ini digunakan 141041 jumlah populasi dengan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$n = 141041/141041 (0,1)^2+1 = 99,929$ dibulatkan menjadi 100.

Definisi Operasional

Variabel *dependent* atau tak bebas :

Preferensi masyarakat adalah pilihan konsumen terhadap jenis pasar.

Varabel *independent* atau bebas meliputi :

- a. Harga adalah acuan atau kisaran yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem Kota Yogyakarta.
- b. Kualitas adalah kondisi barang, pelayanan serta infrastruktur yang bagus atau tidak yang ada di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem Kota Yogyakarta.
- c. Fasilitas adalah kondisi yang menggambarkan keadaan dari pasar Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem Kota Yogyakarta.
- d. Lokasi adalah jarak dari tempat tinggal menuju pasar bagi masyarakat yang akan memilih Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem dalam satuan meter.
- e. Jam Operasional adalah lamanya operasi dari Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem dimulai dari awal buka sampai tutup.

Alat Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif dengan alat analisis berupa uji beda Independent sample t test. Uji beda t-test digunakan untuk menentukan apakah dua sample yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda. Uji beda t-test dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar error dari rata-rata

dua sampel. Standar error perbedaan dalam nilai rata-rata terdistribusi secara normal. Jadi tujuan uji beda t-test adalah membandingkan rata-rata dua grup yang tidak berhubungan satu dengan yang lain. Apakah kedua grup tersebut mempunyai nilai rata-rata yang sama ataukah tidak sama secara signifikan.

Ada dua tahapan analisis yang harus dilakukan dalam menggunakan metode independent t-test ini yang pertama, menguji apakah variance populasi kedua sample tersebut sama (*equal variance assumed*) ataukah berbeda (*equal variance not assumed*) dengan melihat nilai Levene test. Setelah mengetahui apakah variance sama atau tidak, selanjutnya langkah kedua dengan melihat nilai t test untuk menentukan apakah terdapat perbedaan nilai rata-rata secara signifikan.

Dalam mengetahui apakah varians populasi identik ataukah tidak dengan hipotesis sebagai berikut :

Ho : Variance populasi preferensi dalam memilih Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah sama.

Ha : Variance populasi preferensi dalam memilih Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah tidak sama.

Pengambilan keputusan :

Jika probabilitas $>0,05$, maka Ho diterima dan Ha ditolak jadi variance sama.

Jika probabilitas $<0,05$, maka Ho ditolak dan Ha diterima jadi variance berbeda.

Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan

jumlah tiap skor butir (Sugiyono, 1999). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005).

Uji Realibilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Oleh karena itu walaupun instrumen yang valid umumnya pasti reliabel, tetapi pengujian reliabilitas instrumen perlu dilakukan (Sugiyono, 1999).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

B. Uji instrumen

1) Uji Validitas

Sebelum melakukan penelitian, maka terlebih dahulu dilakukan percobaan dengan uji validitas dan reabilitas instrumen. Uji validitas dilakukan kepada 20 responden yaitu 10 responden yang berada di Pasar Beringharjo dan 10 responden yang ada di Pasar Ngasem. Uji yang digunakan menggunakan uji *product moment pearson*. Item dikatakan valid jika nilai r hitung yang didapat adalah lebih dari r tabel.

Berdasarkan dari tabel uji validitas (lampiran 4) dapat dilihat bahwa semua r hitung yang didapat selalu lebih dari r tabel (0,443). Oleh karena itu masing-masing item pada semua sudah layak untuk dilakukan penelitian.

2) Uji Reabilitas

Untuk menentukan suatu instrumen yang reliabel atau tidak maka digunakan batas nilai α 0,6. Reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik sedangkan α 0,7 dapat diterima dan α 0,8 adalah baik.

Berdasarkan dari tabel (lampiran 4) bahwa nilai alpha untuk variabel adalah lebih dari 0,6 semua, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian telah reliable dan layak untuk diteliti.

C. Hasil Uji Independent Sample T-Test

Uji beda t-test digunakan untuk menentukan apakah dua sample yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda. Uji beda t-test dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sample. Sample dalam penelitian ini adalah tingkat preferensi dilihat dari harga, kualitas, fasilitas, lokasi dan jam operasional dalam memilih Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem.

**Tabel 5.1. Hasil Uji Independent Sample T-Test 1
(Group Statistics)**

Preferensi		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Harga	Pasar Beringharjo	148	16,7733	3,21556	0,37130
	Pasar Ngasem	148	17,2000	3,23828	0,37392
Kualitas	Pasar Beringharjo	148	16,9600	2,60166	0,30041
	Pasar Ngasem	148	16,0800	2,62401	0,30299
Fasilitas	Pasar Beringharjo	148	16,3067	3,21304	0,37101
	Pasar Ngasem	148	19,4267	3,05876	0,35320
Lokasi	Pasar Beringharjo	148	16,8400	2,48259	0,28666
	Pasar Ngasem	148	17,2267	2,90653	0,33562
Jam Operasional	Pasar Beringharjo	148	15,8000	3,92153	0,45282
	Pasar Ngasem	148	15,9867	3,94041	0,45500

Dari hasil tabel diatas menunjukkan deskripsi dari data preferensi masyarakat dalam memilih Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem dilihat dari harga, kualitas, fasilitas, lokasi dan jam operasional.

- a. Preferensi masyarakat terhadap harga pada Pasar Beringharjo sebesar 16,7733, sedangkan pada Pasar Ngasem sebesar 17,2000. Secara absolut jelas bahwa rata-rata preferensi harga antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem tidak terlalu berbeda.
- b. Preferensi masyarakat terhadap kualitas pada Pasar Beringharjo sebesar 16,9600, sedangkan pada Pasar Ngasem sebesar 16,0800. Dilihat dari rata-rata preferensi kualitas antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem tidak terlalu berbeda.
- c. Preferensi masyarakat terhadap fasilitas pada Pasar Beringharjo sebesar 16,3067, sedangkan pada Pasar Ngasem sebesar 19,4267. Dari rata-rata preferensi fasilitas antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem berbeda.
- d. Preferensi masyarakat terhadap lokasi pada Pasar Beringharjo sebesar 16,8400, sedangkan pada Pasar Ngasem sebesar 17,2267. Secara absolut jelas bahwa rata-rata preferensi lokasi antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem tidak terlalu berbeda.
- e. Preferensi masyarakat terhadap jam operasional pada Pasar Beringharjo sebesar 15,8000, sedangkan pada Pasar Ngasem sebesar 15,9867. Secara absolut jelas bahwa rata-rata preferensi jam operasional antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem tidak terlalu berbeda.

Tabel 5.2. Uji Independent T-Test 2

		Levene's test for equality of variance		t-test for equality of means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean difference	Std. Error difference	95% confidence interval of the difference	
									Lower	Upper
Harga	Equal Variance assumed	.674	.413	-.810	148	.419	-.42667	.52696	-1.46800	.61467
	Equal Variance not assumed			-.810	147.993	.419	-.42667	-1.46800	-1.46800	.61467
Kualitas	Equal Variance assumed	.715	.399	2.062	148	.041	.88000	.42668	.03683	1.72317
	Equal Variance not assumed			2.062	147.989	.041	.88000	.42668	.03683	1.72317
Fasilitas	Equal Variance assumed	.202	.654	-6.091	148	.000	-3.1200	.51225	-4.13226	-2.10774
	Equal Variance not assumed			-6.091	147.643	.000	-3.1200	.51225	-4.13228	-2.10772
Lokasi	Equal Variance assumed	2.319	.130	-.876	148	.382	-.38667	-.44138	-1.25889	.48555

Karena telah diketahui bahwa probabilitas $> 0,05$ maka dapat di ambil kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa preferensi masyarakat terhadap kualitas di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah sama (*equal varians assumed*).

Jika di lihat dari tabel output dapat diketahui bahwa nilai t pada *equal variance assumed* adalah 2,062 dengan probabilitas signifikansi yaitu 0,041 dimana nilai tersebut adalah lebih kecil dari 0,05 ($0,041 < 0,05$). Jadi dengan data tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa preferensi terhadap kualitas pada Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah berbeda secara signifikan.

3. Hasil Pengujian Hipotesis untuk Variabel Fasilitas

Uji preferensi yang ketiga adalah uji fasilitas, dimana setelah dilakukan pengujian di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem mendapatkan hasil sebagai berikut, untuk nilai F hitung *levene test* sebesar 0,202 dengan probabilitas 0,654. Karena nilai probabilitas adalah lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Setelah mendapat hasil H_0 dan H_a , kemudian dapat di tarik kesimpulan bahwa preferensi masyarakat terhadap fasilitas di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah sama (*equal varians assumed*).

Nilai t pada *equal variance assumed* yang terdapat di tabel output adalah -6,091 dengan probabilitas signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut adalah lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Kesimpulan untuk uji fasilitas adalah preferensi terhadap fasilitas pada Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah berbeda secara signifikan.

4. Hasil Pengujian Hipotesis untuk Variabel Lokasi

Hasil uji preferensi lokasi di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem memiliki nilai F hitung *levene test* sebesar 2,319 dengan probabilitas 0,130. Karena nilai probabilitas adalah lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Karena H_0 diterima dan H_a ditolak maka preferensi masyarakat terhadap lokasi di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah sama (*equal varians assumed*).

Tabel output menunjukkan bahwa nilai t pada *equal variance assumed* adalah -0,876 dengan probabilitas signifikansi 0,382 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,382 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa preferensi lokasi pada Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah sama atau tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

5. Hasil Pengujian Hipotesis untuk Variabel Jam Operasional

Nilai F hitung *levene test* untuk uji preferensi jam operasional di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem sebesar 0,202 dengan probabilitas 0,654. Karena nilai probabilitas $> 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a adalah kebalikannya yaitu ditolak, sehingga preferensi masyarakat terhadap jam operasional di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah sama (*equal varians assumed*).

Dari tabel output menunjukkan bahwa nilai t pada *equal variance assumed* adalah -0,291 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,772 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,772 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa preferensi terhadap jam operasional pada Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem adalah sama atau tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

E. Pembahasan

Hasil regresi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap kualitas dan fasilitas antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Selanjutnya tidak terdapatnya perbedaan preferensi masyarakat terhadap harga, lokasi dan jam operasional antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem.

Preferensi masyarakat terhadap kualitas secara signifikan terdapat perbedaan antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Semakin tinggi kualitas pelayanan, barang dan sebagainya maka preferensi untuk memilih pasar tradisional tersebut semakin tinggi. Sejalan dengan pemikiran Tjiptono (2003) yang mengatakan kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. "kualitas adalah totalitas dari karakteristik dari produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, sehingga barang dan jasa yang melekat memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana oleh konsumen produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Amri (2012) menghasilkan perbedaan preferensi terhadap kualitas yang ada pasar tradisional dan modern di Kota Semarang karena dilihat dari tingkat kualitas produk yang berbeda antara kedua pasar tersebut.

Preferensi masyarakat terhadap fasilitas secara signifikan memiliki perbedaan antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Fasilitas disini mencakup kebersihan, kenyamanan, parkir dan lain-lain. Semakin bagusnya fasilitas yang dimiliki sebuah pusat perbelanjaan yang ada di suatu daerah atau pasar tradisional yang memiliki fasilitas bagus dan lengkap akan membuat minat dari masyarakat untuk berbelanja di tempat tersebut akan lebih tinggi. Untuk mendukung keputusan berbelanja di pasar tradisional perlu memperhatikan fasilitas yang diwujudkan dalam kenyamanan, kebersihan, dan lain sebagainya. Konsumen dapat menikmati saat

berbelanja dengan rasa nyaman dan aman serta didukung lingkungan yang bersih dan fasilitas lainnya, termasuk tata letak barang yang dijajakan. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliarsih (2002) Dalam menentukan kepuasan pelanggan khususnya mengenai tempat, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana dalam mendapatkan kebutuhan khususnya makanan, tempatnya harus benar-benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit. Selain kebersihan ada juga fasilitas kenyamanan yaitu kenyamanan didalam tempat berbelanja akan senantiasa diharapkan konsumen dalam memperoleh barang yang diinginkannya. Mulai dari kenyamanan tempat perbelanjaan, keamanan, suasana seperti memiliki tempat parkir yang nyaman. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul (2014) menyatakan bahwa adanya perbedaan fasilitas dalam berbelanja di Pasar Kemiri dan Carrefour Depok karena tingkat atau layanan fasilitas yang disediakan dari kedua pasar tersebut memiliki fasilitas tingkat fasilitas yang berbeda.

Tidak terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap harga antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Hal ini sejalan dengan penelitian Yeni dan Bachtiar (2012) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan preferensi terhadap harga dalam pembelian produk di pasar tradisional dan retail modern di Pasar Legi Kota Blitar. Pernyataan ini juga didukung oleh studi Kotler (2000) yang menyatakan bahwa jika suatu perusahaan itu ingin mendapatkan harga yang paling tepat dalam arti yang dapat memberikan keuntungan paling baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, maka apabila perusahaan memberikan atau memporsi harga yang salah, maka akan menimbulkan kesulitan dari sebuah perusahaan tersebut dan tidak jarang tindakan yang keliru dapat menyebabkan kegagalan bagi perusahaan tersebut.

Tidak terdapatnya perbedaan preferensi masyarakat terhadap lokasi antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hendra (2013) hasil penelitian menunjukkan lokasi tidak memiliki perbedaan signifikan terhadap minat beli konsumen pasar tradisional di Pasar Bersehati Calaca. Lokasi lebih tegas berarti tempat secara fisik (Bayu, 2010). Perusahaan sebaiknya perlu secara matang mempertimbangkan pemilihan lokasi usaha untuk pengembangan di masa depan, apabila perusahaan tidak pintar menentukan lokasi maka perusahaan tersebut akan kesulitan mendapat keuntungan dan akan susah dijangkau oleh konsumen (Kotler, 2005). Studi yang dikembangkan oleh Yoeti (2004) teori lokasi merupakan suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana menjual suatu produk tertentu. Hal terpenting dalam strategi ini adalah dimana pengunjung dapat melihat dan membeli barang yang ditawarkan. Oleh karena itu lokasi tidak terlalu dipentingkan jauh atau tidaknya jangkauan masyarakat melainkan yang terpenting konsumen dapat melihat dan membeli barang yang diinginkan dan yang ditawarkan.

Tidak terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap jam operasional yang berada di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Jam operasional merupakan lamanya beroperasi dari pasar tradisional itu sendiri. Penelitian Fatik Utomo (2013) Jam operasional para pedagang pada umumnya rata-rata hanya berlangsung 8 jam, namun jam operasional yang lebih panjang akan membuat konsumen lebih leluasa untuk dapat berbelanja disela kesibukan atau sedang bekerja bisa diberlakukan saat waktu istirahat dari para pegawai ataupun yang memiliki kesibukan tersendiri tidak perlu khawatir dari pada yang memberlakukan jam operasional yang pendek maupun yang panjang.

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap harga antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Diantara kedua pasar tersebut tidak memiliki perbedaan harga yang signifikan ditawarkan kepada konsumen sehingga tidak mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap harga suatu barang di Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem.
2. Terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap kualitas antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Terdapat perbedaan kualitas barang, produk, pelayanan dari kedua pasar tersebut mengakibatkan adanya perbedaan preferensi masyarakat antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem.
3. Terdapat perbedaan antara preferensi masyarakat terhadap fasilitas antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Adanya perbedaan pelayanan fasilitas yang disediakan mulai dari fasilitas kebersihan, kenyamanan parkir dan lain-lain dari kedua pasar tersebut memiliki fasilitas yang berbeda mengakibatkan adanya perbedaan preferensi masyarakat antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem.
4. Tidak terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap lokasi antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Dalam menentukan preferensi terhadap lokasi masyarakat antara Pasar Beringharjo dan Ngasem tidak melihat seberapa jauh jarak tempat tinggal menuju kedua pasar sehingga tidak ada perbedaan preferensi dari masyarakat tersebut dari sisi lokasi.

5. Tidak terdapat perbedaan preferensi masyarakat terhadap jam operasional antara Pasar Beringharjo dan Pasar Ngasem. Dalam menentukan preferensi masyarakat antara Pasar Beringharjo dan Ngasem terhadap jam operasional, konsumen tersebut tidak memperhitungkan lamanya jam operasi dari kedua pasar dan memiliki pandangan yang sama untuk memilih kedua pasar tersebut.

B. Saran

Dari berbagai kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yaitu :

1. Diharapkan kepada Dinas Pengelolaan Pasar untuk senantiasa menjaga dan tetap mengontrol kondisi dari semua pasar tradisional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta agar tetap terlihat bagus dan tetap menarik perhatian konsumen pasar tradisional tersebut untuk tetap berbelanja di pasar tradisional dan tidak beralih ke pasar modern.
2. Selain kepada pemerintah khususnya Dinas Pengelolaan Pasar, diharapkan demikian kepada pedagang yang ada di berbagai pasar untuk tetap menjaga dan menjalin komunikasi, interaksi serta menciptakan inovasi baru yang bagus kepada konsumen agar konsumen tetap mau berbelanja.

C. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui sebaran kuisisioner bersifat skala *likert* yang membuat kendala yang terjadi pada peneliti untuk menyebar kuisisioner yang harus bisa mengambil hati para responden untuk bersedia mengisi kuisisioner.

2. Dalam penelitian menggunakan independent sample t-test ini hanya menggunakan penelitian dengan membandingkan persepsi konsumen dalam menilai kondisi dari Pasar Beringharjo dan Ngasem tanpa menggunakan uji pendukung lainnya, seperti uji normalitas dan lain-lain. Oleh karena itu hanya dengan menggunakan uji independent sampe t-test tersebut untuk menyimpulkan hasil penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, Dewi, and Yana Rohmana., 2012, "Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen provider Indosat di perguruan tinggi negeri Kota Bandung. "*Bandung Provinsi Jawa Barat* : 3-5.
- Aryobimo, Putut Tri, and Nur Cahyonowati., 2012, Pengaruh Persepsi Wajib Pajak tentang Kualitas Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak dengan Kondisi Keuangan Wajib Pajak dan Preferensi Risiko sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Semarang). *Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis*,
- Asribestari, Ratna, and Jawoto Sih Setyono., 2013, "Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar karangayu dan Giant Superdome)." *Jurnal Teknik PWK 2.3* : 539-548.
- Chotimah, Husnul., 2010, "Analisis Aksibilitas Konsumen Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern (Studi pada Pasar Tradisional Wonokromo dan DTC/Darmo Trade Center Surabaya). "*Tidak Diterbitkan. Skripsi. Malang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik IbrahimMalang*.
- Damayanti, Ifany., 2011, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Gede Kota Surakarta. *Diss. Universitas Maret*.
- Fure, Hendra., 2013, "Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca." *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1.3.
- Hariadi, Doni., 2015, "Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. "*Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* 1.8.
- Indrawati, Toti, and Indri Yovita., 2014, "Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru." *Jurnal Ekonomi* 22.01: 1-8.
- Indonesia, Presiden Republik, 2000, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1999 Tentang Pemerintahan Daerah. "Demokratisasi dan Problema Otonomi Daerah : 118.
- Ahmad Qusyairi, Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183 No. Telp: 0274 387649 (hotline), 0274 387656 ext. 199/200 No. Fax: 0274 387649

- Maryati, Sri., 2009, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) Di Kota Semarang*. Diss. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Maziyah, Rinda Rofiatul., 2014, "Peran Modal Sosial Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Besar Malang)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 2.2.
- Munandar, Jono M., Faqih Udin, and Meivita Amelia., 2014, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Bogor." *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 13.3.
- Nielsen AC. 2010. Retail and Shopper Trends Asia Pasific.
- Pradnyantari, Ni Gusti Ketut Trisna, I. Komang Gde Sukarsa, and Ni Luh Putu Suciptawati.,2015, "Penerapan Regresi Probit Bivariat Untuk Menduga Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kelulusan Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas MIPA Universitas Udayana)." *E-Jurnal Matematika* 4.2: 49-53.
- Purba, Esterina BA, Rahmanta Ginting, and Satia Negara Lubis., 2014, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Sayuran Di Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Tradisional Di Kota Medan)." *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness* 3.2.
- Putri, Mahda Sari, HM Mozart B. Darus, and Sri Fajar Ayu., 2014, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Gula Pasir Curah Dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Gula Pasir Curah Di Kota Medan (Studi Kasus: Pasar Tradisional di Kecamatan Medan Kota, Kota Medan)." *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness* 3.3.
- Riani ,Julia, Fajrin., 2015, *Analisis preferensi masyarakat kota bandung dalam memilih belanja di pasar tradisional*. Universitas Islam Bandung.
- Romdonah, Rinda, Azis Fathoni, and Andi Tri Haryono., 2015, "Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih)." *Journal of Management* 1.1.
- Saidani, Basrah, and Samsul Arifin., 2012, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada Ranch Market." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Volume* 3.
- Suprpto, Haddy., 2009, "Deskripsi Keputusan Membeli Sembako di Pasar Modern (Survei Pelanggan di Kota Yogyakarta)[English: Description of Decision Purchase of The Nine Basic Necessities (Sembako) in Modern Market (Customer Survey in Yogyakarta)]." *KARISMA* 4.1 : 1-10.
- Terano, Rika, et al., 2015, "Factor Influencing Consumer Choice between Modern and Traditional Retailers in Malaysia." *International Journal of Social Science and Humanity* 5.6 : 509.
- Ahmad Qusyairi, Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183 No. Telp: 0274 387649 (hotline), 0274 387656 ext. 199/200 No. Fax: 0274 387649

Wijaya, Marissa Arum., 2008, *Analisis preferensi konsumen dalam membeli daging sapi di pasar tradisional Kabupaten Purworejo*. Diss. Universitas Sebelas Maret.

Winarno, Wing Wahyu., 2010, "Edisi 3. "Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews.