

**PERILAKU KONSUMEN DALAM MINAT PEMBELIAN
PRODUK BATIK DITINJAU DARI PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

(Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

BURHANUDIN
NIM. 2013214411

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2021**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **BURHANUDIN**
NIM : **2013214411**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Perilaku Konsumen Dalam Minat Pembelian Produk Batik Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)*" adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 15 Oktober 2021

Yang Menyatakan


BURHANUDIN
NIM. 2013214411



NOTA PEMBIMBING

Ade Gunawan, M.M

Jl. Pahlawan Kajen

Lamp. : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Saudara Burhanudin

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama	: Burhanudin
NIM	: 2013214411
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Judul	: Perilaku Konsumen Dalam Minat Pembelian Produk Batik Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 15 Oktober 2021
Pembimbing



Ade Gunawan, M.M
NIP. 1981045 201503 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pahlawan No.52 Kajen Pekalongan. Tlp. (0285) 412575-412572. Fax. 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Burhanudin**

NIM : **2013214411**

Judul : **Perilaku Konsumen Dalam Minat Pembelian Produk Batik
Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar
Banjarsari Kota Pekalongan)**

Telah diujikan pada tanggal 1-2 November 2021 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Muhammad Aris Safi'i, M.E.I
NIP. 198510122015031004

Penguji II

Bambang Sri Hartono, M.Si
NITK.19680225202001D1028

Pekalongan, 2 November 2021

Disahkan oleh Dekan,



Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, S.H. M.H
NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur atas nikmat Allah SWT, saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan motivasi dan telah banyak berkorban waktu, tenaga dan materi demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan saya di masa yang akan datang. Terimakasih atas doa yang senantiasa kalian panjatkan dan terimakasih yang tak terhingga untuk segalanya.
2. Seluruh keluarga dan kerabat saya yang selalu mendukung saya.
3. Kepada Sahabat dekat, Eko Agus Dwi Saputra, Najib, dan Muhammad Anis terimakasih telah memberi semangat dan selalu ada.
4. Kepada teman-teman Ekos E angkatan 2014 reguler sore dan semua teman-teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terimakasih untuk kalian yang telah hadir dalam hidup membawa keceriaan, memberikan cerita, doa, dukungan serta bantuan yang tak terhingga kepada saya.
5. Untuk teman-teman non akademisi, Nofi Tri Pusparani dan Hawa Banurasmi Burhan. terimakasih banyak kalian telah memberikan semangat dan dukungannya.

MOTTO

“Jangan jadikan Pendidikan sebagai alat untuk mendapatkan harta, demi memperoleh uang untuk memperkaya dirimu. Belajarlah supaya tidak menjadi orang bodoh dan dibodohi orang lain.”

ABSTRAK

Burhanudin. 2021. Consumer Behavior in Interest in Purchasing Batik Products From the Perspective of Islamic Economics. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut agama Islam Negeri Pekalongan. Dosen Pembimbing: Ade Gunawan, M.M.

Traditional markets are the heart of the economy between sellers and buyers, where the market is a meeting place between sellers and buyers, traditional markets are a major provider of employment for local consumers. As a center for buying and selling transactions, traditional markets are the focus for the surrounding MSMEs. The problem arose when one of the informants gave his statement regarding the conditions at one of the stalls regarding the decline in turnover due to the relocation of the Banjarsari Market, besides that some traders who had previously occupied the Banjarsari Market stall did not continue to trade again at the stalls provided by the government, namely the Banjarsari Emergency Market.

This research is included in the type of field research, namely research in which researchers go directly to the field to find out the state of the research object being studied. The approach used in this study is a qualitative approach. The process of compiling data through various different points of view, obtained from the results of observations and checked for truth through interviews, field notes, and documentation as well as making conclusions so that the findings can be understood so that they can be informed to the reader. The aim is to answer the question or problem formulation that is the research study.

The results of the study explain that consumer behavior in buying batik clothes at the Banjarsari Emergency Market, Pekalongan City, is partly because of the desire to look modern and because of the need and to look fashionable in their environment. The factors that influence the behavior of consumers who buy batik clothes in Pekalongan City include low prices, good quality and lifestyle.

Kata Kunci : *Market, Consumer Behavior and Consumer Purchase Interest*

ABSTRAK

Burhanudin. 2021. Perilaku Konsumen Dalam Minat Pembelian Produk Batik Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut agama Islam Negeri Pekalongan. Dosen Pembimbing: Ade Gunawan, M.M.

Pasar tradisional merupakan jantung perekonomian antara penjual dan pembeli, di mana pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, pasar tradisional menjadi penyedia lapangan kerja yang besar bagi konsumen lokal. Sebagai pusat transaksi jual beli pasar tradisional menjadi tumpuan bagi UMKM di sekitarnya. Permasalahan muncul ketika salah satu narasumber memberikan keterangannya mengenai kondisi pada salah satu lapak tentang penurunan omset akibat relokasi Pasar Banjarsari, selain itu beberapa pedagang yang menempati lapak Pasar Banjarsari sebelumnya tidak meneruskan berdagang kembali pada lapak yang disediakan pemerintah yakni di Pasar Darurat Banjarsari.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian di mana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui keadaan dari objek penelitian yang dikaji. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kualitatif. Proses penyusunan data melalui berbagai sudut pandang yang berbeda, diperoleh dari hasil observasi dan dicek kebenarannya melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat dipahami temuannya untuk dapat diinformasikan kepada pembaca. Tujuannya yakni untuk menjawab pertanyaan atau rumusan masalah yang menjadi kajian penelitian.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa perilaku konsumen dalam membeli pakaian batik di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan di antaranya karena keinginan untuk tampil modern dan karena kebutuhan serta untuk terlihat modis di lingkungannya. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen yang membeli pakaian batik di Kota Pekalongan di antaranya harga yang murah, kualitas yang baik dan gaya hidup.

Kata Kunci : Pasar, Perilaku Konsumen dan Minat Beli Konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *“Perilaku Konsumen Dalam Minat Pembelian Produk Batik Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)”* yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Ade Gunawan, M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Muhamad Masrur, M.E.I, M.Ag selaku wali dosen penulis yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan arahan, dukungan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staf.
7. Individu tua dan sahabat yang selalu mendoakan dan dukungan.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 15 Oktober 2021

Yang Menyatakan



BURHANUDIN
NIM. 2013214411

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
PEDOMAN TRANSLITERASI.	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Kerangka Teori.....	8
1. Pasar.....	8
2. Mekanisme Pasar dalam Islam	9
3. Kebijakan Relokasi Pasar	11
4. Perilaku Konsumen	12
5. Minat Beli	13
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Berpikir	23

BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Data dan Pendekatan Penelitian	24
1. Jenis Data	24
2. Pendekatan Penelitian	24
B. Setting Penelitian	24
1. Lokasi Penelitian	24
2. Waktu Penelitian	25
C. Sumber Data	25
1. Data Primer	25
2. Data Sekunder	25
D. Teknik Pengumpulan Data	26
1. Observasi	26
2. Wawancara	26
3. Dokumentasi	27
E. Metode Analisis Data	27
1. Validitas Data	29
2. Kredibilitas Data	29
F. Teknik Analisis Data	30
1. Reduksi Data	30
2. Penyajian Data	31
3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Deskripsi Data	33
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
2. Analisa Lokasi Pasar	33
3. Lingkungan Pasar	35
4. Transportasi Kota Terhadap Pasar Banjarsari	35
5. Karakteristik Bentuk Bangunan Pasar Banjarsari	36
B. Pembahasan	37
1. Pandangan Mengenai Relokasi Pasar Banjarsari	37
2. Penyajian Data	38

C. Analisis Data	47
1. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Minat Pembelian Produk Batik Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan.....	47
2. Perilaku Konsumen Terkait Landasan Teori	50
3. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Di Kota Pekalongan Yang Membeli Produk Batik	53
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	58
C. Keterbatasan Penelitian	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian kota sangat ditentukan oleh lajunya arus sistem perdagangan di kota itu sendiri. Salah satu sarana perdagangan yang sampai saat ini tetap eksis di lingkungan perdesaan maupun perkotaan adalah pasar tradisional. Sifat khas pasar tradisional memiliki fungsi penting yang keberadaannya tidak pernah bisa tergantikan oleh pasar modern. Pasar tradisional juga menjadi tumpuan bagi UMKM di sekitarnya, sebagai salah satu sektor yang memiliki dampak ekonomi yang besar, pasar tradisional memengaruhi bagaimana suatu area dengan fungsi sosial sebagai ruang bertemunya pembeli dan penjual dalam menjalin interaksi dan bertukar informasi. Ruang lingkup pasar akan memberikan kesan tersendiri dimata pembeli dan penjual, apakah layak untuk berjualan atau sekedar berbelanja (ditempat tersebut). Aktivitas jual beli erat kaitannya dengan area yang sudah terbentuk menjadi pasar, di mana area tersebut sudah membudaya sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang tentunya dapat menyamakan dalam kegiatan berinteraksi (Azizah, 2020).

Pasar Banjarsari merupakan induk pasar di salah satu kota yakni di Pekalongan. Pasar Banjarsari adalah pasar yang memiliki eksistensi yang cukup tinggi dibandingkan pasar lainnya, guna mempertahankan citra pasar agar semakin baik perlu adanya pengelolaan-pengelolaan yang tepat, hal ini

ditunjukkan agar situasi pasar semakin disukai oleh konsumen. Paska kebakaran yang terjadi pada 23 Februari 2018 kondisi Pasar Banjarsari masih menyisakan berbagai permasalahan. Sekitar 4.028 lapak yang terbakar membutuhkan penanganan. Meskipun Pemerintah Kota Pekalongan telah merelokasi pedagang ke lokasi sementara, yaitu di Jalan Patiunus dan di lapangan Sorogenen Pekalongan, akan tetapi proses relokasi tersebut ternyata justru menimbulkan permasalahan baru di lokasi pasar sementara tersebut. Hal tersebut dikarenakan di Lapangan Sorogenen sendiri sebelumnya sudah terdapat aktivitas perdagangan, baik pedagang kaki lima, pasar motor bekas, maupun pasar burung. Sedangkan di Jalan Patiunus, sebelumnya merupakan jalan yang ramai dilalui banyak kendaraan sehingga proses relokasi justru menciptakan kemacetan di sekitar jalan tersebut, disamping juga sudah terdapat beberapa kios pedagang (Jamil, 2020).

Selain itu, pemindahan lokasi tersebut juga tentu mempunyai dampak pada daya beli konsumen, baik dari konsumen lokal maupun dari luar kota. Menurut (Sari, 2020), minat beli adalah tahap kecenderungan responden until bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Menurut (Amizah, 2013), minat Beli adalah kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur degan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, dijelaskan bahwa “*minat adalah keinginan untuk memperhatikan atau melakukan sesuatu*” (Maiti & Bidinger, 1981). Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh pedagang di Pasar Banjarsari. Menurut

H. Topa (pemilik toko Eny Busana) mengungkapkan bahwa *“omzet penjualan menurun drastis, dari sebelumnya Rp.8.000.000 per hari menjadi - Rp.5.000.000”*. Meskipun demikian, H. Topa tetap menempati pasar relokasi yang disediakan pemerintah tersebut. Berbeda dengan Hj. Mun yang sudah 25 tahun berjualan di Pasar Banjarsari, diungkapkan bahwa *“saya memilih tidak menempati pasar relokasi dan lebih memilih menyewa kios di Jalan Salak Sampangan karena tempat relokasi dianggap susah dijangkau pelanggan.”* Selain dari dua narasumber penulis terdapat satu narasumber lagi bernama Nazar, diungkapkan bahwa

“saya pedagang yang baru 2 tahun berjualan di Pasar Banjarsari, tetapi tidak memilih menempati lokasi pasar sementara lantaran pelanggannya belum terlalu banyak, saya memilih menyewa kios di Jalan Salak Sampangan dengan harapan bisa mendapatkan pelanggan yang kebetulan melewati jalan tersebut.”

Berdasarkan permasalahan pada relokasi pasar di Pasar Darurat Banjarsari, Permasalahan muncul ketika salah satu narasumber memberikan keterangannya mengenai kondisi pada salah satu lapak tentang penurunan omset akibat relokasi Pasar Banjarsari, selain itu beberapa pedagang yang menempati lapak Pasar Banjarsari sebelumnya tidak meneruskan berdagang kembali pada lapak yang disediakan pemerintah yakni di Pasar Darurat Banjarsari. guna mengetahui keadaan yang sebenarnya terutama pada fokus perilaku konsumen maka penulis mengambil judul ***“Dampak Relokasi Pasar Banjarsari Pekalongan pada Minat Beli Konsumen”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang masalah, maka dalam penelitian ini perumusannya sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik di Pasar Darurat Banjarsari?
2. Bagaimana perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik ditinjau dari perspektif ekonomi islam di Pasar Darurat Banjarsari?
3. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik di Pasar Darurat Banjarsari?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik di Pasar Darurat Banjarsari?
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik ditinjau dari perspektif ekonomi islam di Pasar Darurat Banjarsari?
3. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik di Pasar Darurat Banjarsari?

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *“Perilaku Konsumen Dalam Minat Pembelian Produk Batik Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”*, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya serta dapat menambah wawasan dalam kepustakaan bagi semua pihak-pihak yang berkepentingan.

2. Secara praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan pemahaman bagi penulis mengenai Perilaku Konsumen dalam Minat Pembelian Produk Batik ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.

b. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini bisa memberi manfaat bagi para akademisi, serta memberikan tambahan informasi dan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait dengan *“Perilaku Konsumen dalam Minat Pembelian Produk Batik ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.”*

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi Perilaku Konsumen dalam Minat Pembelian Produk Batik Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mendapatkan gambaran utuh secara menyeluruh mengenai penulisan penelitian ini, maka penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Tujuan dari pendahuluan yakni menjelaskan isu permasalahan yang dapat menuntun jalannya penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai kerangka teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir. Tujuan dari landasan teori yakni meringkas dan menyusun pengetahuan melalui judul penelitian terkait agar dapat memberikan keterangan sementara dan pemahaman lebih yang mudah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, sumber data penelitian, pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan informasi dan teknik analisis data yang ada di Pasar Patiunus Jl. Sultan Agung, Sugihwaras, Kecamatan. Pekalongan Timur, Kota Pekalongan, Jawa Tengah 51126. Tujuan dari metode penelitian yakni prinsip dasar tentang metode riset yang diterapkan agar membantu jalannya proses penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil analisis terhadap nilai penelitian yang secara garis besar membahas tentang “*Perilaku Konsumen dalam Minat Pembelian Produk Batik ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*”. Tujuan dari hasil penelitian dan pembahasan yakni menjelaskan hasil temuan yang menjadi rumusan masalah penelitian melalui metode analisis yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Tujuan dari penutup yakni menguraikan secara singkat mengenai hasil temuan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, penulis dapat menarik kesimpulan:

1. Bagaimana perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik di Pasar Darurat Banjarsari?
 - a. Perilaku masyarakat yang membeli pakaian batik karena keinginan dan tampil modern berjumlah 5 individu.
 - b. Perilaku masyarakat yang membeli pakaian batik karena kebutuhan berjumlah 2 individu. Dalam hal ini konsumen memiliki rasa ketertarikan pada pakaian batik untuk memenuhi kebutuhan salah satunya, juga untuk terlihat modis di lingkungannya.
2. Bagaimana perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik ditinjau dari perspektif ekonomi islam di Pasar Darurat Banjarsari

Dalam islam ada anjuran tentang larangan membuang-buang hartanya untuk hal yang tidak berfaedah. Berdasarkan fenomena yang terjadi 5 individu di antaranya membeli pakaian batik karena keinginan dan tampil modern, selain itu 2 di antaranya membeli pakaian batik karena kebutuhan. Maka dalam hal ini jumlah responden yang lebih banyak mengarah pada keinginan secara pribadi (untuk gaya hidup), tentunya dalam perspektif ekonomi islam tidak dianjurkan mengikuti hal demikian.

3. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam minat membeli produk batik di Pasar Darurat Banjarsari?
 - a. Harga yang murah
 - b. Kualitas yang baik
 - c. Gaya hidup

B. Saran

Adapun saran yang dapat di sampaikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada Pedagang Pasar Darurat Banjarsari di Kota Pekalongan

Perlunya menyediakan pakaian-pakaian batik yang lebih beragam dan membuat sebuah event tertentu agar dapat mendatangkan konsumen lebih banyak terutama dari luar Kota Pekalongan sendiri.

2. Kepada Pihak Manajemen Pasar Darurat Banjarsari

Perlunya perhatian dalam hal-hal yang berkaitan dengan aktivitas di pasar, seperti:

1. Perluasan tempat berjualan
2. Kondisi bangunan yang baik
3. Lokasi pasar yang lebih strategis dan mudah dijangkau dengan transportasi umum
4. Penerangan (listrik) mencukupi
5. Fasilitas air bersih dan MCK mencukupi dan lancar

3. Kepada para peneliti yang ingin meneliti terkait dengan perilaku konsumen dalam membeli pakaian batik di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan, diharapkan untuk dapat melakukan penelitian yang bersifat komparatif (perbandingan) dengan tempat lain.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam. Keterbatasan pada penelitian ini meliputi subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini sangat tergantung kepada interpretasi peneliti tentang makna yang tersirat dalam wawancara sehingga kecenderungan masih tetap ada. Untuk menguranginya maka dilakukan proses triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara *cross check* data dengan fakta dari informan yang berbeda dan dari hasil penelitian lainnya. Sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan cara menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu metode wawancara mendalam dan observasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alaslan, A. (2021). Formulasi Kebijakan Publik : Studi Relokasi Pasar. In CV. Pena Persada.
- Amalia, A., & Dewi, citra kusuma. (2019). Pengaruh Publisitas Negatif Terhadap Minat Beli Produk H&M Di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Amizah, S., Hia, Y. D., & Sari, M. K. (2013). Pengaruh mutu, harga dan kemasan terhadap minat beli kripik bayam elma di kecamatan iv jurai kabupaten pesisir selatan. *Jurnal STKIP PGRI Sumatera Barat*.
- Angela, V., & Paramita, E. L. (2020). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Impulse Buying Konsumen Shopee Generasi Z. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*.
- Anggraini, M. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Di Alfamart Jl. Batu Permata No. 7 Tlogomas, Lowokwaru Kota Malang. *Jurnal Agregat*.
- Aotama, R. C., & Klavert, D. R. H. (2021). Dampak Sosial Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kawasan Wisata Kuliner Kota Tomohon. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Ardianto, Y. (2019). Memahami Metode Penelitian Kualitatif. In Djkn.
- Ariyani, N. (2019). Penataan Pasar-Pasar Tradisional Di Indonesia Berdasarkan Teori “*Von Stufenaufbau De Rechtsordnung*.” *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*.
- Armi, A., Soeaidy, S., & Hayat, A. (2016). Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*.
- Arsyad, O. R., Kurnia, & Kartika, P. (2021). Pengertian Observasi. In Rancang Bangun Alat Pengaman Brankas Menggunakan Sensor Sidik Jari Berbasis Arduino.
- Astuti, S. P. (2019). Minat Beli Produk Ramah Lingkungan Mahasiswa Pecinta Lingkungan di Surakarta. *Relevance : Journal of Management and Business*.
- Audi Ghaffari, M. (2017). Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Relokasi ke Pasar Induk Kota Medan. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Fakultas Syariah*.
- B, B. A., & Penelitian, M. (2011). teknik penelitian. *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Brilliani, B., Kusniadji, S., & Utami, L. S. S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Smartphone LG G7 ThinQ Pada Fans BTS di Jakarta Barat. *Koneksi*.

- Cirafici, M. (2019). BPS spectra, barcodes and walls. *Symmetry, Integrability and Geometry: Methods and Applications (SIGMA)*.
- Dr. Ibrahim. (2015). Penelitian Kualitatif. *Journal Equilibrium*.
- Dr. Wahidmurni, M. P. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. Repository Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Dwiastuti, R., Shinta, A., Isaskar, R., & et al. (2012). Ilmu Perilaku Konsumen. In Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan Strategi Komunikasi Pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi Dea Farahdiba Mahasiswa Magister Sains Manajemen, Universitas Gadjah Mada. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*.
- Fenny, F., & Loisa, R. (2021). Pengaruh Endorsement oleh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Kosmetik. *Prologia*.
- Firlana, F., Sarifudddin, S., & Lubis, K. (2013). Efek Air Laut, Zeolit Dan Pasir Vulkan Terhadap Sifat Kimia Tanah Gambut. *Jurnal Agroekoteknologi Universitas Sumatera Utara*.
- H. Mudjia Rahardjo. (2010). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Hadi, S. (2017). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang*.
- Handayani, W. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengelolaan Sampah Pasar Tradisional Desa Banjarsari Wetan, Kecamatan Dagangan, Kabupaten Madiun. [Skripsi].
- Insan, N. E., & Pujiyono, A. (2020). Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Pasar Banjarsari Kota Pekalongan Pasca Kebakaran. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*.
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*.
- Juliarta, i made guna, & Darsana, ida bagus. (2019). Analisis Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pengelolaan Pasar, Jumlah Pengunjung dan Pendapatan Pedagang. *EP- Unud*.
- Koentjaraningrat, K. (2019). Metode-metode Wawancara. *Antropologi Indonesia*.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa. *Jurnal Simbolika*.
- Laela, T. D. F. (2015). Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya. *Jurnal Ekonologi*.
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop Rl_Watch. *Agora*.

- Lrviana, A. (2019). Validitas Data. In Universitas Katolik Parahyangan.
- M.Anang Firmansyah, (87). (2019). Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran) Oleh Dr. M.Anang Firmansyah, S.E.,.
- Maiti, & Bidinger. (1981). KBBI. Journal of Chemical Information and Modeling.
- Mayra, G. (2013). Triangulasi. Journal of Chemical Information and Modeling.
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. Al-Azhar Journal of Islamic Economics.
- Muta, Awifa, Aji, J. M. M., & Supriono, A. (2016). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Tahu di Kabupaten Jember. Jurnal PAMATOR.
- Nisa, Z., Riskiyanto, R., & Werdiningsih, H. (2019). Pasar banjarsari pekalongan. DAFT.
- Nurhayati, S., Rismawati, S. D., & Christianto, P. A. (2018). Kajian Pra Revitalisasi Pasar Berorientasi Kesejahteraan, Kenyamanan Dan Keindahan (Kasus Revitalisasi Pasar Banjarsari Kota Pekalongan). Jurnal Litbang Kota Pekalongan.
- Nurjanah, A. S., Sanyata, S., & Zatrachadi, M. F. (2020). The Effectiveness of Reality Therapy in Improving Learning Motivation and Discipline. PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling.
- Nurjanah, N. (2020). Selamatkan Pasar Tradisional. Umbara.
- Nuurmayadi, D., & Hendaridi, A. R. (2020). Pengelolaan Sampah Dengan Pendekatan Behavior Mapping Di Pasar Tradisional Kota Tasikmalaya. Jurnal Arsitektur ZONASI.
- Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. Prologia.
- Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. Jurnal Agora.
- Rahmawati, R. (2020). Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Jual Beli Emas. Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah.
- Riduwan. (2009). Metode & teknik menyusun proposal penelitian. In Bandung: Alfabeta.
- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. Jurnal Sosioteknologi.
- Saraswati, A., & Taufiq, A. (2020). Evaluasi Kebijakan Relokasi Pasar Barito Kota Semarang Tahun 2018 Studi Kasus Relokasi Pasar Barito ke Pasar Barito Baru Penggaron. Journal of Politic and Government
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi.
- Setiaji, K., & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi

- Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Pasca Relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Bandung: Alfabeta.
- Sujana, I. N. (2017). Pasar Modal yang Efisien. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Supriadi, A. (2019). *Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan*. Alqalam.
- Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2020). *Metode Penelitian Metode Penelitian. Metode Penelitian*.
- Taufiq Rohman, S.Pd.I, M. P. (2019). *Kerangka Berpikir*. In *Psikologi Perkembangan*.
- Utami, T. (2010). Pemberdayaan komunitas sektor informal Pedagang Kaki Lima (PKL), Suatu alternatif penanggulangan kemiskinan. *Jurnal Sosiologi Dilema*.
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian*. Occupational Medicine.
- Yuniarti, S. V. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia: Bandung.
- Yusida, E., Putra, F. N. M., & Sumarsono, H. (2021). Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Pedagang di Pasar Kertosono Kabupaten Nganjuk. *Ecoplan*.