



**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEBUDAYAAN DAN  
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MAKANAN TRADISIONAL  
(STUDI KASUS PASAR MINGGON JATI, DI KECAMATAN  
BATANG KOTA BATANG)**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**RAGIL WIDOSARI**  
NIM. 2013115489

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEBUDAYAAN DAN  
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MAKANAN TRADISIONAL  
(STUDI KASUS PASAR MINGGON JATI, DI KECAMATAN  
BATANG KOTA BATANG)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**RAGIL WIDOSARI**  
NIM. 2013115489

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RAGIL WIDOSARI

NIM : 2013115489

Judul Skripsi : **Pengaruh Faktor Sosial, Kebudayaan dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional (Studi Kasus Pasar Minggu Jati, Di Kecamatan Batang, Kota Batang)**

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 17 Maret 2020

Menyatakan



**RAGIL WIDOSARI**  
NIM. 2013115489





## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di atas)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di atas)



ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	´	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أِي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

## 4. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ربنا ditulis *rabbānā*



البر ditulis *al-birr*

#### 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

## PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah atas rahmat dan ridho Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW dan semoga mendapat syafaatnya kelak. Amin

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Almamater IAIN Pekalongan yang sudah memberikan banyak pengalaman dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama melakukan studi.
2. Kedua Orang tua saya, Bapak Rochmat dan Ibu Hj. Budiati yang telah memberikan segala kasih sayang, dukungan, motivasi, doa, dan bimbingan yang tak pernah ada hentinya untuk anaknya.
3. Kakak-Kakakku tercinta, Alimin, Khasanah, Tri Mardiaty, S. Pd. I, Panji Agus Pramono, Panca Yuniarto, Ratna Istianah, S. Kep. Ns, dan Nova Istiawati, serta adek sepupuku Eka Septiana dan Dwi Femiliani, yang selalu ada menemani dan memberikan semangat serta doa.
4. Saudara-Saudaraku Bani Subronto, yang selalu memberikan semangat serta doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga akhir.
5. Kepada sahaba-sahabatku yang sudah seperti keluarga bagiku, Imro'atul karimah, dewi kurnia yasa, ersa maulydha, tufrikul karimah, yayang dwi anggraeni, dan linda istiqomah terimakasih telah menemaniku perjalanan dari semester awal hingga jatuh bangun capek bersama melewati lika-likunya skripsi serta sudah menjadi panutan aku selama kuliah.
6. Teman-teman seperjuangan sekaligus keluarga KKN di Desa Karangtengah Kecamatan Batur Kabupaten Banjarnegara Lutfi Muttaqo, Nita Fatmala Dewi, Fajrul Fallah, Laelatul Khamidah, Windah Triani, Makhfud Demyati, Ahmalia, Wahyu Afrida, Diky Aditya, Rohmah Nur Mahmudah, Rahadatul Aisi, Nur Izatul Umah, Mudmainah, Siti Mu'asifah, dan Tamara Naila Zulfa yang selalu mendorong saya untuk terus berjuang demi mendapat gelar sarjana.







## MOTTO

"Dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya".

(An Najm : 39)

Banyak kegagalan dalam hidup ini di karenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

Kamu tidak bisa kembali dan mengubah masa lalu, maka dari itu tataplah masa depan dan jangan buat kesalahan yang sama dua kali.

(Penulis)

Orang yang pesimis melihat kesulitan dalam setiap kesempatan. Orang yang optimis melihat kesempatan dalam setiap kesulitan.

(Agus Dharma)





## ABSTRAK

Perilaku pembelian seseorang merupakan hasil interaksi dari semua faktor kultur, sosial, dan psikologis yang kompleks. Keadaan alamiah yang menyebabkan faktor tersebut bermanfaat untuk mengidentifikasi dan memahami konsumen tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan membuktikan pengaruh faktor sosial, kebudayaan dan psikologis terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Minggu Jati Kecamatan Batang Kota Batang.

Jenis Penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner sebanyak 100 orang dengan teknik sampel *accidental sampling*. Metode analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sosial (X1) berpengaruh positif dengan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$   $3,599 > 1,984$ . Variabel kebudayaan (X2) berpengaruh positif dengan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$   $2,196 > 1,984$ . Sedangkan variabel psikologis (X3) juga berpengaruh positif dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$   $2,664 > 1,984$ . Pada uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel sosial, kebudayaan dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan tradisional dengan nilai  $f_{hitung}$   $17,801 > f_{tabel}$   $2,70$  dan nilai signifikansi  $0,000$ . Nilai Koefisien determinasi  $R^2$  sebesar  $0,337$ . Hal ini dapat dijelaskan, bahwa sekitar  $33,7\%$  keputusan pembelian makanan tradisional dijelaskan oleh variabel faktor sosial (X1), kebudayaan (X2) dan psikologis (X3) sedangkan sisanya  $66,3\%$  dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci :** *Faktor Sosial, Kebudayaan, Psikologis dan Keputusan Pembelian.*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbil'alamin.* Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, pertolongan, dan hidayahnya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosial, Kebudayaan dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional (Studi Kasus Pasar Mingguon Jati, Di Kecamatan Batang, Kota Batang) dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., Ketua IAIN Pekalongan, yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah menyetujui penelitian.
3. M. Aris Safi'i, M.E.I, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang telah menyetujui penelitian.
4. Wirayudha Pratama Bhakti Wali Dosen yang telah menyetujui judul dan penelitian ini.
5. Dr. AM. M. Hafidz Ma'sum. M. Ag, Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.





6. Pihak Pengelola Minggu Jatin Kabupaten Batang Bapak Nur Rochman Assayyidi M. Pd yang telah memberikan izin dan membantu penelitian saya selama di Pasar Minggu Jati Kabupaten Batang.

Akhirnya, penulis hanya dapat mendoakan semoga Allah membalas kebaikan mereka selama ini. Penulis berharap agar Skripsi ini dapat berguna dan dipergunakan semestinya. Terima kasih.

Pekalongan, 25 Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANLITERASI</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>MOTTO</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	13
E. Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b> .....	16
A. Landasan Teori .....	16
1. Faktor Sosial .....	16
a. Pengertian Faktor Sosial .....	16
b. Indikator Faktor Sosial .....	17
c. Hubungan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian .....	19
2. Faktor Kebudayaan .....	21
a. Pengertian Faktor Kebudayaan .....	21
b. Indikator Faktor Kebudayaan .....	23





c. Hubungan Faktor Kebudayaan terhadap Keputusan Pembelian ....	24
3. Faktor Psikologis .....	24
a. Pengertian Faktor Psikologis .....	24
b. Indikator Faktor Psikologis .....	26
c. Hubungan Faktor Psikologis terhadap keputusan pembelian ....	29
4. Keputusan Pembelian .....	30
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
b. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian.....	31
c. Proses Keputusan Pembelian .....	35
d. Tahap Pengambilan Keputusan.....	36
B. Tinjauan Pustaka .....	39
C. Kerangka Berfikir.....	45
D. Hipotesis.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	50
1. Jenis Penelitian.....	50
2. Pendekatan Penelitian .....	50
3. Variabel Penelitian .....	51
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	54
1. Populasi Penelitian .....	54
2. Sampel Penelitian.....	55
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	55
C. Sumber Data.....	56
1. Data Primer .....	56
2. Data Sekunder .....	57
D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	58
1. Instrumen Penelitian.....	58
2. Teknik Pengumpulan Data .....	59
E. Teknik Analisis Data.....	60
1. Uji Instrumen.....	60



a.	Uji Validitas .....	60
b.	Uji Reliabilitas .....	61
2.	Uji Asumsi Klasik .....	61
a.	Uji Normalitas .....	62
b.	Uji Linearitas .....	62
c.	Uji Multikoleniaritas .....	63
d.	Uji Heteroskedastisitas .....	63
3.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
4.	Uji Hipotesis .....	65
a.	Uji t (t-test) .....	65
b.	Uji F .....	66
c.	Uji Koefisien Determinasi .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>68</b>
A.	Deskripsi Data .....	68
1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	70
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	71
B.	Analisis Data .....	72
1.	Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	72
a.	Uji Validitas .....	72
b.	Uji Reliabilitas .....	75
2.	Uji Asumsi Klasik .....	77
a.	Uji Normalitas .....	77
b.	Uji Linearitas .....	78
c.	Uji Multikoleniaritas .....	80
d.	Uji Heteroskedastisitas .....	81
3.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	83
4.	Uji Hipotesis .....	85
a.	Uji t (Parsial) .....	85



b. Uji F (Simultan) .....	86
5. Analisis Koefisien Determinasi.....	88
C. Pembahasan.....	87
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	96
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	





## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	52
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban dengan Skala Likert .....	59
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	70
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	72
Tabel 4.5 Uji Validitas Faktor Sosial (X1) .....	73
Tabel 4.6 Uji Validitas Faktor Kebudayaan (X2) .....	73
Tabel 4.7 Uji Validitas Faktor Psikologis (X3) .....	74
Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Sosial.....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Kebudayaan.....	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Psikologis .....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas .....	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Faktor Sosial.....	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas Faktor Kebudayaan.....	79
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas Faktor Psikologis .....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	82
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	83
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	85
Tabel 4.21 Hasil Uji F (Simultan).....	86
Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi .....	87





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	46
Gambar 4.1 Diagram Scatterplot.....	82





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Pada masa perekenomian yang semakin bergairah saat ini setelah satu dekade mengalami krisis ekonomi, konsumen masih harus melakukan pemenuhan berbagai macam kebutuhan antara lain kebutuhan variasi makanan. Selain makanan pokok masyarakat juga mengkonsumsi makanan tambahan yang disebut sebagai makanan camilan dan salah satunya adalah makanan jajan tradisional. Makanan jajanan tradisional biasanya terbuat dari bahan dasar terigu atau bahan lain selain terigu namun fungsinya pengganti terigu seperti beras, beras ketan, tepung ubi kayu atau ubi jalar dan garut. Dengan berbagai macam bahan dasar tersebut dapat dibuat berbagai makanan jajanan tradisional seperti lempeng, nagasari, apem, onde-onde, bikang, martabak, jenang, lapis dan lain-lain.<sup>1</sup>

Dalam mempelajari kebiasaan masyarakat mengkonsumsi variasi makanan jajan tradisional tentu tidak sekedar dilihat dari jenis produk, harga dan tempat penjualan namun juga selera. Selera inilah yang dapat menentukan konsumen dalam memilih variasi makanan jajan tradisional pada masa yang akan datang. Apalagi dengan adanya keaneragaman jajanan yang bernuansa tidak tradisional lagi, tentu sangat mempengaruhi pilihan akan makanan jajan yang dijual diberbagai tempat baik dipasar tradisional maupun pasar non

---

<sup>1</sup> Uci Yuliati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Tradisional Di Kota Malang" (Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang, Vol. 1 No. 1 Edisi April 2011). Hlm. 1.

tradisional. Melihat keaneragaman bahan maupun tampilan makanan jajan tradisional menunjukkan bahwa berbagai jenis yang ada masih ada pembelinya.

Dengan mempelajari perubahan-perubahan yang terjadi pada variasi konsumsi dan selera masyarakat dapat dilihat bahwa para pemasar maupun produsen telah dapat melakukan pengembangan produk baru. Adapun produk baru tersebut dapat berupa produk yang cenderung lebih modern, berorientasi pada bentuk yang lebih cantik, atau praktis yang secara umum lebih berkualitas. Selain itu harga yang lebih dapat terjangkau juga merupakan daya tarik tersendiri. Apabila dilihat secara lebih mendalam bahwa pendapatan masyarakat juga mempengaruhi variasi konsumsi akan makanan jajanan tradisional, dimana tingkat pendapatan merupakan salah satu indikator kelas sosial. Mengingat namanya makanan jajanan tradisional sepertinya dikonsumsi masyarakat tradisional saja namun tidak demikian kenyataannya. Makanan jajanan tradisional dapat dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari yang berpendapatan rendah sampai yang tinggi.<sup>2</sup>

Melihat keinginan masyarakat yang kuat terhadap konsumsi makanan jajanan tradisional perlu dilakukan survei tentang profil sikap konsumen yang memiliki hubungan dengan minat. Walaupun banyak ahli yang berpendapat tentang hubungan antara sikap dan minat terhadap perilaku konsumen namun hal tersebut menjadi lebih berarti apabila tinjauannya memperhatikan faktor-faktor diantaranya pengakuan, interval waktu, pengalaman, dan pengaruh sosial. Baik tidaknya pengukuran akan tergantung pada empat elemen pokok

---

<sup>2</sup> Uci Yuliati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Makanan Tradisional Di Kota Malang... hlm. 1-2.



yaitu tindakan, target, waktu, konsekuensi. Jadi pada intinya survei tentang sikap dapat dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen.<sup>3</sup>

Mempelajari perilaku konsumen bagi keberhasilan suatu sistem pemasaran dan lainnya ke dalam tanggapan pembeli menjadi sangat penting karena perilaku konsumen bukan hal yang bersifat statis tetapi terus berubah seiring dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Perilaku pembelian seseorang merupakan hasil interaksi dari semua faktor kultur, sosial, dan psikologis yang kompleks.<sup>4</sup> Keadaan alamiah yang menyebabkan faktor tersebut bermanfaat untuk mengidentifikasi dan memahami konsumen tertentu. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian makanan jajanan tradisional di Pasar Minggu Jati. Hal ini mengingat bahwa Pasar Minggu Jati merupakan pasar yang potensial bagi makanan jajanan tradisional. Minggu jatinan merupakan salah satu upaya melestarikan makanan tradisional dan budaya tempo dulu dengan menggelar kegiatan wisata ditengah hutan kota Rajawali Kabupaten Batang dengan menyajikan berbagai makanan ndeso di tengah hutan jati.

Kegiatan yang diadakan setiap akhir pekan ini membuat antusiasme masyarakat untuk mengunjungi minggu jatinan ini sangat luar biasa, baik dari warga batang maupun kota sekitarnya, seperti Semarang, Kendal, maupun Pekalongan. Tidak menyangka kalau Pasar Minggu Jati ini baru dibuka

---

<sup>3</sup>James F. Engel, dkk, *Perilaku Konsumen Edisi Keenam*, ( Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1994), hlm. 433.

<sup>4</sup>Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian) Edisi Revisi Jilid II*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997), hlm. 117.



Perpustakaan IAIN Pekalongan

berbagai makanan tradisional sudah ludes terjual. Obyek wisata ini merupakan program Kabupaten Batang untuk menyongsong dan mendukung Visit to Batang 2022 sebagai wisata Back to Nature atau kembali ke alam. Arti dari kata Minggon Jati itu sendiri adalah wisata yang diadakan setiap akhir pekan atau hari minggu, sehingga dinamakan Minggonan sedangkan lokasinya di kawasan hutan jati sehingga disebut jatinan atau aktivitas di hutan jati. Minggon jati ini berlokasi di hutan kota Rajawali Batang, obyek wisata ini buka setiap hari minggu mulai pukul 06.00 wib sampai 12.00 wib. Ada keunikan tersendiri dipasar Minggon jati ini yaitu pada alat transaksinya yang menggunakan kereweng atau koin, pembeli harus terlebih dulu menukar uang dengan koin dan perkoinnya bernilai Rp 2000. Kemudian keunikan lainnya pedagangnya didominasi oleh ibu-ibu yang mengenakan pakaian khas bernuansa tradisional, yakni kebaya plus caping untuk penutup kepala, dan bagi laki-laki menggunakan pakaian adat dan blankonnya.

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Tidak hanya makanan saja yang diperjual belikan di pasar Minggon jati, melainkan ada 4 aspek dalam back to nature Minggon jatinan, seperti Edukasi kampung dolanan. Berbagai mainan anak-anak tempo dulu bisa kita dapatkan di tempat wisata ini yang mungkin asing bagi anak-anak jaman sekarang diantaranya; bakyak, engklek, engrang, gangsingan, karetan, jamur gobak sodor, dan lain-lain. Aspek yang kedua hiburan rakyat, berbagai hiburan rakyat yang hampir punah dihadirkan disini untuk menghibur dan menambah suasana kemeriahan setiap akhir pekan, seperti musik calung, dan berbagai tarian tradisional. Aspek yang ketiga, aspek kuliner didalam aspek kuliner di pasar



Minggong jati ini sangatlah unik karena dengan penyajian makanan yang menggunakan daun pisang dan digelarnya makanan diatas lincak. Ada berbagai macam makanan atau kuliner yang disajikan disini, ada 27 makanan yang sulit didapati saat ini seperti pecel-pecelan, godog-godogan, minuman jamu, nasi liwet, nasi jagung, serabi, gethuk dan lain-lain. Kemudian aspek yang terakhir Halal tourism, aspek halal tourism ini dijelaskan bahwa lokasi ini ada mushola dan berbasis syariah serta makanan yang disajikan semuanya olahan halal dan uniknya pembayarannya menggunakan uang kereweng dengan harga Rp 2000.<sup>5</sup>

Indonesia merupakan negara kepulauan yang kaya dengan kemajemukan dilihat dari berbagai aspek segi dan dimensi. Dari kemajemukan yang banyak ini, Indonesia mempunyai potensi kekayaan yang sangat beraneka ragam. Hal ini, dapat dilihat dari sumber daya alam maupun dari sumber daya manusianya. Karena setiap komunitas masyarakat di Negara Indonesia mempunyai ciri khas sendiri yang tidak sama dengan komunitas masyarakat yang lain. Salah satu kekayaan Indonesia yang dapat dibanggakan adalah keaneragaman dari segi makanan. Setiap daerah mempunyai kebanggaan makanan yang bisa diandalkan menjadi ciri khas daerahnya. Hal ini, bisa dilihat dari segi rasa, bahan, teknik olah dan kemasan atau cara penyajian biasanya proses pembuatannya dilakukan sangat sederhana dan tidak menggunakan bahan kimia yang mempunyai dampak negatif bagi tubuh. Selain itu, bisa saja menggunakan penanganan yang khusus yang tidak bisa dilakukan oleh orang yang tidak berdomisili didaerah tertentu. Karena itu, daerah satu dengan daerah

---

<sup>5</sup>[Http://www.tribunnews.com// travel// 2018/04/22/minggong-jatinan-jadi-pusat-jajan-tradisional-batang-hutan-kota-rajawali](http://www.tribunnews.com//travel//2018/04/22/minggong-jatinan-jadi-pusat-jajan-tradisional-batang-hutan-kota-rajawali), diakses 16 april 2019.





yang lain mempunyai potensi yang tidak sama sehingga produk yang dihasilkan pun juga tidak sama. Lebih unik lagi, makanan tersebut hanya bisa ditemukan ditempat-tempat tertentu dan belum tentu bisa ditemukan di pasar umum, misalnya hypermarket, supermarket.

Makanan tradisional merupakan salah satu aset budaya yang penting untuk dilestarikan dan dikembangkan. Makanan tradisional merupakan makanan yang sudah lama dikenal dan resep yang digunakan untuk membuat makanan tradisional dibuat oleh nenek moyang kemudian, diajarkan secara turun temurun. Oleh karena itu, makanan tradisional digolongkan sebagai produk budaya yang perlu dijaga dan dilestarikan menjadi produk yang memiliki sejarah dan budaya yang tinggi. Makanan tradisional khas tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen atau wisatawan dari luar daerah sehingga makanan tradisional menjadi salah satu produk penunjang pariwisata yang dapat mendatangkan devisa bagi pendapatan suatu daerah. Selain itu, dilihat dari segi ekonomi makanan tradisional banyak diproduksi oleh skala rumah tangga yang dapat memberikan sumbangan bagi pendapatan keluarga. Bahkan ada yang menjual makanan tradisional ini sebagai mata pencaharian keluarga atau sumber pendapatan utama.

Makanan sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia akan selalu dicari, selain sebagai sarana untuk bertahan hidup, makan juga berguna untuk pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia. Seiring dengan tingkat kesibukan manusia yang terus berkembang dan bertambah, kebiasaan untuk memasak makanan sendiri mulai ditinggalkan terlebih dengan semakin



banyaknya rumah makan yang ada. Beragam jenis rumah makan, baik yang menyediakan makanan cepat saji, makanan daerah dan juga cara penyajian yang berbeda-beda dan memiliki ciri khas tersendiri menjadikan persaingan dalam bisnis makanan akan semakin ketat.

Dalam bisnis makanan tradisional ini ditekankan untuk memusatkan perhatian terhadap kepuasan konsumen. Konsumen dapat didefinisikan sebagai orang-orang yang mempunyai kebutuhan dan keinginan atas produk dan mempunyai kemampuan untuk membayar dengan harga yang telah ditetapkan oleh pasar minggon jati. Kebutuhan dasar tersebut dipakai sebagai dasar untuk mengetahui sampai seberapa jauh kelebihan atau kualitas yang dapat diberikan perusahaan sehingga konsumen mau menjadi pelanggan. Tidak hanya itu makanan tradisional ini sangat diminati oleh pelaku bisnis untuk memasarkan produknya karena jumlah penduduk baik yang berdomisili asli maupun pendatang yang banyak dan masyarakatnya yang konsumtif, para pelaku bisnis harus berusaha lebih giat agar dapat bersaing dengan pelaku bisnis yang lainnya. Untuk itu pelaku bisnis memerlukan studi analisis tentang perilaku konsumen di dalam kegiatan pemasarannya.

Pada zaman sekarang banyak orang yang hanya mencari sesuatu yang kekinian saja dan mengabaikan budaya daerah setempat. Lain halnya dengan pasar yang baru baru ini dibuka yang berada di Kabupaten Batang tepatnya di Hutan Kota Rajawali yaitu Pasar Minggon Jatinan yang dibuka pagi hari mulai pukul 06.00 sampai selesai. Pada tempat yang digunakan untuk penyajian makanannya juga cukup unik dan sangat kental dengan budaya jawanya yaitu



dengan menggunakan kendi yang terbuat dari tanah liat dan daun jati. Pasar ini sungguh sangat memberikan kesan zaman kerajaan jawa dulu. Selain menyajikan makanan, jajanan, dan minuman tradisional pasar ini juga menyuguhkan permainan tradisional dan permainan untuk anak-anak. Jadi pasar ini bisa dinikmati oleh seluruh kalangan baik kalangan orang tua yang ingin bernostalgia pada zaman dulu, generasi muda yang kekinian, serta anak-anak yang ingin jajan sambil bermain.

Pasar Minggon Jatinan ini juga merupakan tempat rekreasi yang edukasi yaitu mengajarkan generasi-generasi baru agar tidak melupakan budaya-budaya daerah jawa serta dapat melestarikan dan menjaga budaya yang menjadi identitas dari daerah jawa. Kemudian selain melestarikan dan menjaga identitas daerah setempat, tujuan warga Batang dengan menggelarnya Pasar Minggon Jatinan ini bertujuan untuk menggeliatkan atau menghidupkannya makanan tradisional agar tidak punah. Dengan adanya inovasi dan kreativitas penyajiannya makanan tradisional, tanpa harus meninggalkan kealamiannya. Dengan begitu, Minggon Jatinan ini menjadi daya tarik masyarakat sebagai destinasi makanan khas tradisional khas Batang.

Berdasarkan hasil survey di Pasar Minggon Jati diperoleh keterangan bahwa jumlah konsumen atau pembeli yang datang ke Pasar Minggon jati selalu ramai yang dipadati oleh pengunjung diberbagai kota, akan tetapi keramaian akan berkurang jika makin siang dan sekitar pukul 12 siang para pedagang pun menutup lapaknya. Karena setiap minggunya para pengunjung yang datang ke pasar minggon jati jumlah konsumen atau pembeli tidak



diketahui secara pasti berapa jumlahnya. Perhitungan tersebut didapatkan dengan mengakumulasikan jumlah produk yang terjual dengan jumlah per minggunya, dan jumlah kunjungan konsumen tersebut dinilai telah mengalami penurunan dibandingkan bulan-bulan awal pembukaan Pasar Minggu Jati Kabupaten Batang Kota Batang yang jumlahnya melebihi angka tersebut.

Makanan Tradisional banyak ditemui ditempat-tempat seperti pasar, trotoar jalan raya, maupun disekolah atau kampus universitas. Keberadaan Pasar minggu jati tepatnya di hutan rajawali ini, tidak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya pasar minggu jati ini maka semua kebutuhan yang kita inginkan dapat tercapai dengan mudah dan murah dikarenakan makanan tradisional yang terbuat dari bahan-bahan tradisional yang terbuat dari bahan dasar terigu atau bahan lain selain terigu namun fungsinya pengganti terigu seperti dari beras, beras ketan, tepung ubi kayu atau ubi jalar dan garut. Selain itu makanan yang diperjual belikan dipasar minggu jati ini lebih unik dan menarik sehingga para konsumen atau pembeli berminat dalam mengunjungi pasar minggu jati tersebut. Dilihat dari kemasan yang dikemas menggunakan daun pisang dan digelar menggunakan lincak dan makanan yang disajikan ada 27 jenis makanan tradisional. Sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat batang maupun masyarakat lainnya.

Makanan tradisional di Pasar Minggu Jati ini mayoritas menjual makanan dan minuman khas tradisional. Makanan tradisional di Pasar Minggu Jati ini berbeda dengan pasar lainnya, karena semua dagangannya yang dijual selalu ludes dalam waktu singkat, sedangkan ditempat-tempat lain



tidak bisa habis dalam waktu singkat. Di Pasar Mingguon Jati mulai berjualan dari jam 06.00 sampai 12.00 siang.

Salah satu tujuan utama dalam mempelajari perilaku konsumen bagi pelaku bisnis adalah bagaimana dan mengapa konsumen mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Mengenali perilaku konsumen tidak mudah kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering bertindak sebaliknya. Mereka tidak memahami motivasi secara lebih mendalam, sehingga sering pula untuk mengubah pemikiran mereka pada menit-menit akhir sebelum melakukan keputusan pembelian.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan tradisional, namun dalam penelitian ini diukur melalui variabel Sosial, Kebudayaan dan Psikologis. Suatu alasan penulis mengambil sebuah variabel tersebut, karena dilihat dari Faktor Sosial bisa diartikan sebagai salah satu masyarakat, didalam faktor sosial terdapat beberapa kelompok acuan, keluarga, peran, dan status sosial. Dimana dari semua point penting itu penulis jelaskan bahwa status sosial yang melatarbelakangi di Pasar Mingguon Jati Batang ini adalah setiap orang yang berkunjung di Pasar Mingguon Jati dari berbagai kalangan menengah atas dan menengah bawah. Meskipun mereka ada yang berstatus sosialnya mewah atau tinggi tetapi mereka tetap mau berkunjung di Pasar Mingguon Jati Batang,



dengan alasan Pasar Minggu Jati itu adalah sebuah rekreasi keluarga karena konsep yang ada didalam Pasar Minggu Jati ini terdapat konsep yang berbeda pada umumnya.

Alasan yang kedua dari Faktor Kebudayaan, Budaya bisa diartikan sebagai adat istiadat, seni, dan pengetahuan. Dari semua point penting itu penulis jelaskan bahwa didalam Pasar Minggu Jati ini dilihat dari segi Kebudayaan terdapat nilai budaya yang sangat kental. Dengan alasan Pasar Minggu Jati ini terlihat unik, karena terletak di bawah pohon jati yang menjadikan keasrian tempatnya, yang disediakan berbagai makanan tradisional yang membuat masyarakat bernostalgia pada makanan jaman dulu. Seperti Nasi liwet, gemblong, minuman jamu-jamuan, dll. Tidak hanya itu, didalam Pasar Minggu Jati ini terdapat kampung dolanan yang bisa menjadikan pengetahuan bagi anak-anak, dimana mainan yang diajarkan seperti grobak sodor, bakyak, engrang, dll.

Alasan yang ketiga dari Faktor Psikologisnya, Psikologis bisa diartikan sebagai Persepsi, motivasi, dan keyakinan/sikap. Dari semua point penting itu penulis jelaskan bahwa dari segi psikologisnya ketika kita akan berkunjung disebuah tempat atau bahkan membeli sebuah makanan maupun produk, diawal nya kita pasti berfikir bahwa makanan atau produk yang kita beli itu apakah bermanfaat dan mempunyai nilai guna apa tidak, dari segi cita rasa yang enak apa tidak, dan yang terakhir harga yang mahal atau murah.





Berdasarkan uraian diatas diketahui bahwa keputusan pembelian makanan tradisional dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor sosial, kebudayaan dan psikologis. Dari beberapa uraian tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian ini lebih mendalam dengan mengangkat judul: **“PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEBUDAYAAN DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN TRADISIONAL (STUDI KASUS PASAR MINGGON JATI, DI KECAMATAN BATANG, KOTA BATANG)”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Mingguon Jati Kota Batang?
2. Apakah faktor kebudayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Mingguon Jati Kota Batang?
3. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Mingguon Jati Kota Batang?
4. Apakah faktor sosial, kebudayaan, dan psikologis, berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Mingguon Jati Kota Batang?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Mingguon Jati Kota Batang.





2. Untuk mengetahui faktor kebudayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Mingguon Jati Kota Batang.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Mingguon Jati Kota Batang.
4. Untuk mengetahui faktor sosial, kebudayaan, dan psikologis terhadap keputusan pembelian di Pasar Mingguon Jati Kota Batang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh faktor sosial, kebudayaan, dan psikologis terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Mingguon Jati Kecamatan Batang Kota Batang.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Pembeli**

Diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembeli di Pasar Mingguon Jati di Kecamatan Batang Kota Batang, karena dengan adanya penelitian ini pembeli dapat mengetahui seberapa besar pengaruh faktor sosial, kebudayaan, dan psikologis terhadap keputusan pembelian makanan tradisional.

b. Bagi Akademisi

Sebagai bahan acuan dan pembelajaran di penelitian-penelitian berikutnya dan diharapkan menjadi bahan referensi serta sebagai tambahan informasi bagi mahasiswa lainnya, khususnya yang berdomisili di Kota Batang agar mengetahui pengaruh faktor sosial, kebudayaan, dan psikologis terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Kecamatan Batang Kota Batang.

**E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan gambaran awal peneliti untuk melakukan penelitian yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan dari bab I sampai bab V.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi landasan teori yang terdiri dari Faktor Sosial, Faktor Kebudayaan, Faktor Psikologis dan Keputusan Pembelian. Selain itu terdapat penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian, kerangka berfikir, hubungan antar variable dan hipotesis.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi penjelasan mengenai metode yang akan digunakan dalam penelitian, mulai dari jenis penelitian, tempat penelitian, variable

penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknik pengolahan data.

#### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi pembahasan dari deskripsi umum objek penelitian dan hasil penelitian yang berupa analisis data baik analisis data secara deskriptif maupun analisis data berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

#### BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dari pembahasan dan saran.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian membuktikan bahwa bahwa Faktor Sosial secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Minggu Jati Kecamatan Batang Kota Batang. Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai  $t_{hitung}$  pada variabel faktor sosial 3,599 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,599 > 1,984$  dan nilai signifikansinya  $0,001 < 0,05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya adalah faktor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Minggu Jati Kecamatan Batang Kota Batang.
2. Pengujian membuktikan bahwa faktor kebudayaan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Minggu Jati Kecamatan Batang Kota Batang. Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai  $t$  hitung pada variabel faktor kebudayaan adalah sebesar 2,196 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,029. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $2,196 > 1,984$  dan nilai signifikansinya  $0,029 < 0,05$  maka  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Artinya adalah bahwa faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Minggu Jati Kecamatan Batang Kota Batang.

3. Pengujian membuktikan bahwa faktor psikologis secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Minggu Jati Kecamatan Batang Kota Batang. Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai  $t_{hitung}$  pada variabel faktor psikologis adalah sebesar 2,664 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,009. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $< 1,984$  dan nilai signifikansinya  $0,009 < 0,05$  maka  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya adalah bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian makanan tradisional di Pasar Minggu Jati Kecamatan Batang Kota Batang.
4. Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) melalui hasil perhitungan SPSS yang dilakukan Variabel Faktor Budaya, Sosial, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian dalam penelitian diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 17,081 dan  $f_{tabel}$  sebesar 2,70 ini menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$   $17,081 > f_{tabel}$  2,70 dengan nilai signifikan yang diperoleh adalah  $0,000 < 0,05$  maka hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu faktor sosial, faktor kebudayaan, dan faktor psikologis secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian makanan di Pasar Minggu Jati Kecamatan Batang Kota Batang.



## B. Saran

Berdasarkan hasil simpulan dari penelitian diatas, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan masyarakat yang berkunjung ke Pasar Minggon Jati Kecamatan Batang tidak memandang status sosialnya. Hendaknya Lebih memiliki sikap gaya hidup yang sederhana saja.
2. Diharapkan masyarakat Kota Batang dapat melestarikan kebudayaan yang ada, dengan cara melestarikan makanan atau jajanan tradisional yang ada di Pasar Minggon Jati Kecamatan Batang Kota Batang. Dengan adanya inovasi dan kreativitas penyajiannya makanan tradisional, tanpa harus meninggalkan kealamiannya. Dengan begitu, Minggon Jatinan ini menjadi daya tarik masyarakat sebagai destinasi makanan khas tradisonal Batang.
3. Selain itu, mayarakat yang ingin berkunjung ke Pasar Minggon Jati lebih memiliki sikap keyakinan diri dalam melakukan pembelian makanan atau jajanan di Pasar Minggon Jati Kecamatan Batang Kota Batang.



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Mentah Penelitian
- Lampiran 3 Rumus dan Hasil Perhitungan Statistik
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 5 Tabel R
- Lampiran 6 Tabel T
- Lampiran 7 Tabel F
- Lampiran 8 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 9 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 10 Dokumentasi
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, Taufik dan Tantri F. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Anoraga, Pandji. 2005. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Boyd, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan dengan Global Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.
- Edwin Nasution, Mustofa. 2012. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Cetakan Keempat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Edi Wibowo, Agung. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- Engel F, James, dkk. 1994. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Engel, dkk. 2000. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Erwan dan Dyah. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Cetakan kelima*. Semarang: BP.Undip.
- Hair Lamb, Mc.Daniel. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, Iqbal. 2008. *Analisis Data dan Penelitian dengan Statistik, Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Indriyanto, Nur & Bambang . 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen, Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE.
- Irawan, dkk. 2000. *Pemasaran: Prinsip dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.





Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 1997. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)*, Edisi Revisi Jilid II. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2*. Jakarta: Indeks.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajamemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Alih Bahasa: Drs. Benyamin Molan Jilid I*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Indeks.

Lamb. 2010. *Manajemen Pemasaran Buku Satu Edisi Kelima*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Lamb, Charles. 2001. *Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.

Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.

Lemeshow, Stanley, dkk. 1997. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Mamang, Etta. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Mamang, Etta dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.



- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Peter, Paul dan Olson Jerry C. 1999. *Customer Behaviour: Strategi Konsumen dan Strategi Pemasara Jilid 2 Edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Purimahua. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prabu Mangkunegara, Anwar. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman G, Leon dan Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Kelompok Gramedia.
- Setia, Atmaja dan Lukas. 2009. *Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setiadi. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Setiadi J, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Setiadi J, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Siregar, Syofian. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Subagyo, Joko. 2011. *Metodologi Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Putra.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.



- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Pemasaran*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Titik. 2008. *Perilaku Konsumen (Impikasi Pada Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wijaya, Toni. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

### **Skripsi**

- Dewanto, C. A. (2018). *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi Manado Tahun 2018)*, (Doctoral Dissertation, Universitas SAM Ratulangi Manado).
- Hakimi, H. (2015). *Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kentucky Fried Chicken Singaraja Pada Tahun 2015*, (Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja Indonesia).
- Hanifah, N. T. (2015). *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan dalam Kemasan Berlabel Halal Tahun 2015*, (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga).
- Nurhapni, I. (2015). *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza (Studi Kasus Pizza Hut Cabang Jalan Jendral Sudirman No. 53 Yogyakarta Tahun 2015)*, (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta).
- Pratiwi, K. I. (2015). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta Tahun 2015*, (Doctoral Dissertation, Universitas Udayana Bali Indonesia).



Puspitarini, D. (2015). *Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Pizza* (Studi Kasus Pizza Hut Cabang Jalan Jendral Sudirman No. 53 Yogyakarta Tahun 2015), (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Yogyakarta).

Suri, A. (2015). *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pondok Lesehan Joko Moro di Pekanbaru Tahun 2015*, ( Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Wisudawati, R. (2015). *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Tas Hermes Tiruan pada Wanita Karir Tahun 2015*. (Doctoral Dissertation, Universitas Bengkulu).

#### **Internet**

Tribun News. 2018, Diakses dari [Http://www.tribunnews.com// travel// 2018//04//22//minggon-jatinan-jadi-pusat-jajan-tradisional-batang-hutan-kota-rajawali](http://www.tribunnews.com//travel//2018//04//22//minggon-jatinan-jadi-pusat-jajan-tradisional-batang-hutan-kota-rajawali), Pada tanggal 16 April 2019.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Ragil Widosari  
NIM : 2013115489  
Tempat, tanggal lahir : Batang, 03 Januari 1997  
Agama : Islam  
Alamat : Kedung Rejo Batang

### B. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Rochmat  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Nama Ibu : Budiati  
Pekerjaan : : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD N 03 Batang : Lulus tahun 2009
2. MTs. Muhammadiyah Batang : Lulus tahun 2012
3. MAN 3 Pekalongan Pekalongan : Lulus tahun 2015
4. IAIN Pekalongan : Angkatan 2015

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 25 Januari 2020

Penulis

**RAGIL WIDOSARI**  
**NIM 2013115489**





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 | Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id) | Email : [perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : RAGIL WIDOSARI  
NIM : 2013115489  
Fakultas /Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Defini pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  lain-lain(.....)

Yang berjudul:

**“PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEBUDAYAAN DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN TRADISIONAL (STUDI KASUS PASAR MINGGON JATI DI KECAMATAN BATANG KOTA BATANG ”**

Berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 November 2020

METERAI  
TEMPEL  
349F8AHFF771287753  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
RAGIL WIDOSARI  
NIM. 2013115489

Nb: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.