



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN DI PASAR TRADISIONAL (STUDI
KASUS DI PASAR KEDUNGWUNI KABUPATEN
PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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



Oleh:

ALYANA FITRIA
NIM. 2013114089

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Alyana Fitria**

NIM : **2013114089**

Judul Skripsi : **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian di Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan)**

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, 24 Desember 2018
Yang Menyatakan,



Alyana Fitria
NIM. 2013114089

NOTA PEMBIMBING

Agus Fakhrina, M.S.I

GTA Jl.Seroja 2, Rt 08 Rw 04 No.25 Tanjung Tirto, Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Alyana Fitria

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Alyana Fitria

NIM : 2013114089

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN DI PASAR TRADISIONAL (STUDI
KASUS DI PASAR KEDUNGWUNI KABUPATEN
PEKALONGAN)


Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

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

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 24 Desember 2018

Pembimbing,



Agus Fakhrina, M.S.I

NIP. 197701232003121001

PENGESAHAN

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

Nama : **ALYANA FITRIA**
NIM : **2013114089**
Judul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI PASAR TRADISIONAL (STUDI KASUS DI PASAR KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN)**

Telah diujikan pada hari Selasa, 9 Januari 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta dinyatakan sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I


Dr. AM. M. Hafidz Ma'shum, M. Ag
NIP. 197806162003121003

Penguji II


M. Khoirul Fikri, M.E.I
NIP. 199102122016081116

Pekalongan, 9 Januari 2019

Disahkan oleh Dekan,


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

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian 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 dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
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 bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

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

Vokaltunggal	Vokalrangkap	Vokalpanjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	إ ي = ī
أ = u	أ و = au	أ و = 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:

ر بنا 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	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

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	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

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	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibu Mahmudah dan Ayah Fatchurrohman yang tercinta dan tersayang. Terimakasih atas kasih sayang, kesabaran, ketulusan, dukungan moril dan materil serta do'a yang tiada henti. Semoga Allah melimpahkan keberkahan atas kesehatan dan umur yang panjang. Aku sangat menyayangi kalian ayah dan ibu.
2. Kakak-kakakku serta Kakak iparku tersayang Fina Himmatul Aliyah, Maula Ikmalia, Zimam Ulil Albab, dan Muhammad Ikrom terimakasih atas dukungan dan kebersamaan di keluarga yang indah ini.
3. Keluarga Bani H.Zarkasi Zaki terimakasih atas dukungannya. Buat saudaraku tercinta Ikroma Mauludina terimakasih sudah setia menemaniku dan membimbingku sampai aku wisuda.
4. Sahabat-sahabatku tercinta Nisfa Intiqolina dan Arina Hidayati terimakasih atas dukungannya.
5. Sahabat-sahabatku tercinta Yulia Mahmudah, Ari Istiqomah, Khusnul Khotimah, Windy Fitriana, dan Anisah terimakasih sudah menemaniku dari semester 1 sampai aku lulus.
6. Teman-teman KKN Padomasan terimakasih sudah mau menjadi bagian dari keluargaku.
7. Teman-temanku kuliah Ekos B yang telah menemaniku berproses di IAIN Pekalongan.



8. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2014 terimakasih atas kebersamaan selama masa perkuliahan.





MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan “

(Q.S Al-Insyirah :5)

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikan dengan baik “

(HR.Thabrani)

Hidup ini bagai skripsi, banyak bab dan revisi yang harus dilewati. Tetapi akan selalu berakhir indah, bagi mereka yang pantang menyerah.



ABSTRAK

Fitria, Alyana. 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian di Pasar Tradisional Studi Kasus di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. Skripsi Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Pakaian (Studi Kasus di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan). Pembimbing Agus Fakhрина, M.S.I.

Dalam perkembangannya, pusat perbelanjaan semakin modern yaitu ditandai dengan penampilan bentuk fisik yang lebih canggih dibandingkan dengan pasar tradisional. Oleh sebab itu pedagang yang ada di pasar tradisional harus mampu mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen di masa sekarang dan yang akan datang.

Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *Non Probability Sampling* dengan jenis teknik *Accidental Sampling*, metode kuantitatif data primer. Dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur setiap instrumen pertanyaan. Menggunakan uji analisis regresi linier berganda.

Budaya (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian (Y) sebesar 0,049. Sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian (Y) sebesar 0,047. Pribadi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian (Y) sebesar 0,000. Psikologis (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian (Y) sebesar 0,021. Sementara secara simultan, Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,000 terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Pasar Kedungwuni.

Kata Kunci : Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaiannya di Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan)**” dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Bapak Agus Fakhрина, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan dan sekaligus sebagai Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, dan dukungannya.
3. Bapak Kuart Ismanto, M.Ag., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
4. Bapak Ahmad Rosyid, SE, M.Si., selaku Dosen Wali.
5. Bapak Warsudi selaku Kepala UPT Pasar Kedungwuni yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Pasar Kedungwuni
6. Responden Pasar Kedungwuni, yang telah memberi informasi bagi peneliti.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bentuk bantuan baik moril maupun materil saya mengucapkan terimakasih.

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Penulis menyadari bahwa dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya.

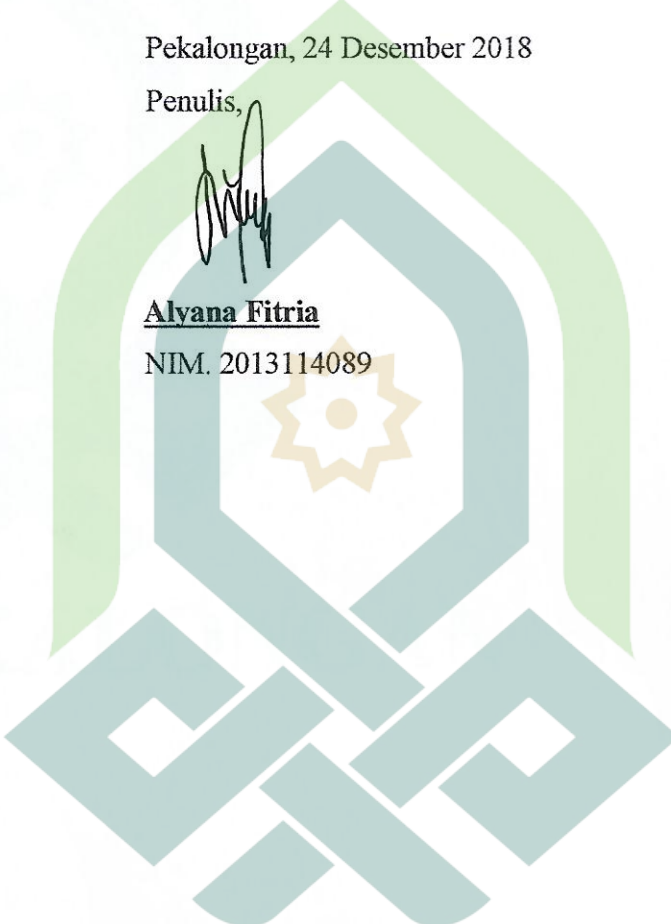
Pekalongan, 24 Desember 2018

Penulis,



Alyana Fitria

NIM. 2013114089





DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Masalah.....	5
D. Batasan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Pasar Tradisional.....	9
a. Pengertian Pasar.....	9
b. Pasar Tradisional.....	10
2. Pengambilan Keputusan.....	11
a. Perilaku Konsumen.....	11
b. Proses Keputusan Pembelian.....	23
B. Tinjauan Pustaka.....	34
C. Kerangka Berfikir.....	39
D. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	45
C. Variabel Penelitian.....	45
1. Variabel Independen.....	45
2. Variabel Dependen.....	46
3. Definisi Operasional Variabel.....	46



D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	47
E. Sumber Data.....	49
1. Data Primer.....	49
2. Data Sekunder.....	50
F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
1. Intrumen Penelitian.....	50
2. Teknik Pengumpulan Data.....	50
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	52
1. Teknik Pengolahan Data.....	52
a. Editing	52
b. Koding	52
c. Tabulasi	53
2. Metode Analisis Data.....	53
a. Uji Instrumen Penelitian.....	53
1) Uji Validitas	53
2) Uji Reliabilitas.....	54
b. Uji Asumsi Klasik	54
1) Uji Normalitas	55
2) Uji Multikolonieritas	55
3) Uji Heterokedastisitas	56
c. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
d. Uji Hipotesis.....	58
1) Uji Parsial (Uji t)	58
2) Uji Simultan (uji F)	59
3) Koefisien Determinasi (R^2).....	59
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Deskripsi Data.....	60
B. Analisis Data	64
1. Uji Validitas	64
2. Uji Reliabilitas	66
3. Uji Asumsi Klasik.....	67
a. Uji Normalitas.....	68
b. Uji Multikolonieritas.....	69
c. Uji Heterokedastisitas	70
4. Analisis Regresi Linier Berganda	73
5. Uji Hipotesis	74
a. Uji Parsial (uji t)	74
b. Uji Simultan (uji F).....	76
c. Koefisien Determinasi (R^2)	77
C. Pembahasan.....	78



BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Keterbatasan dan Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	





DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pemasukan Per Bulan	64
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Budaya	65
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Sosial.....	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Pribadi	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Psikologis	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolonieritas	70
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.15	Hasil Uji t.....	75
Tabel 4.16	Hasil F.....	76
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.2	Faktor yang Berintervensi diantara Minat Pembelian dan Keputusan Pembelian.....	29
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1	Grafik Normal P-Plot Uji Normalitas Data.....	69
Gambar 4.2	Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	71





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Kuesioner
- Lampiran 2 Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Data Mentah Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 9 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 10 Dokumentasi
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Salah satu kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhannya adalah memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya.

Dalam perkembangannya, pusat perbelanjaan semakin modern yaitu ditandai dengan penampilan bentuk fisik yang lebih canggih dibandingkan dengan pasar tradisional.¹ Oleh sebab itu pedagang yang ada di pasar tradisional harus mampu mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen di masa sekarang dan yang akan datang. Konsumen sebagai individu dalam mendapatkan atau membeli produk melalui proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapatkan informasi dari orang lain sampai akhirnya pada keputusan membeli produk tersebut.

Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, kos dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.²

¹ Bob Foster, *Manajemen Ritel* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm.1.

² Satria, *Pasar Modern dan Pasar Tradisional* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hlm.26-27.

Kebutuhan akan sandang merupakan kebutuhan primer setiap orang. Selain peran pentingnya bagi manusia, pakaianpun bisa menambah rasa percaya diri dan membuat seseorang terlihat modis. Bisnis penjualan pakaian saat ini sangatlah berkembang, ini terbukti dengan adanya *outlet* (toko) dan distro yang menjual berbagai jenis pakaian. Seiring dengan perkembangan *fashion* pakaian ini maka persaingan untuk memperoleh pelanggan dan keuntungan juga semakin meningkat.

Usaha bisnis pakaian lebih menuntut kreatifitas yang tinggi oleh para pelakunya agar konsumen selali berminat membeli produk pakaian. Dengan aneka modelnya, pakaian seolah perburuan wajib ketika berbelanja. Selain untuk melindungi dirinya, manusia membutuhkan pakaian sebagai eksistensi diri di dunia *fashion*. Alasan inilah yang menimbulkan munculnya berbagai *fashion* atau gaya berpakaian.

Saat ini di Kabupaten Pekalongan, banyak terdapat pasar tradisional yang menjual berbagai jenis pakaian, seperti Pasar Banyurip, Pasar Kedungwuni, Pasar Doro, Pasar Wonopringgo, Pasar karanganyar dan Pasar Kajen. Namun dipenelitian ini peneliti memilih pasar kedungwuni sebagai obyek penelitian, Hal ini dikarenakan Pasar Kedungwuni tergolong besar, mempunyai konsumen yang banyak, serta tempat Pasar Kedungwuni yang luas cukup memadai untuk dilaksanakan penelitian ini.

Pasar Kedungwuni adalah salah satu pasar yang akan direvitalisasi peremajaan oleh Pemkab Pekalongan. Pemkab melalui Dinas Pasar melakukan relokasi pedagang pasar ke tempat penampungan sementara sampai bangunan

pasar yang baru selesai dibangun. Tetapi tempat penampungan Pasar Kedungwuni tepatnya dibagian kios pakaian kondisinya lebih sepi dari pasar sebelumnya, hal ini dikarenakan kios-kios pakaian yang ada di Pasar Kedungwuni banyak yang belum dibangun, karena pemerintah hanya menyediakan lapak atau tempat saja dan pedagang harus membangun sendiri kiosnya. Oleh karena itu kios pakaian yang ada di tempat penampungan Pasar Kedungwuni lebih sedikit dibanding pasar lama.

Seiring dengan perkembangan zaman, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis eceran modern. Bisnis eceran atau biasa disebut dengan pedagang eceran semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Berbagai macam pusat perbelanjaan eceran bermunculan dengan berbagai macam bentuk dan ukuran. misalnya di Pekalongan sekarang banyak toko pakaian serba 35.000, distro, dan toko-toko modern yang menjual barangnya dengan menggunakan sosial media maupun menjual secara langsung. Agar pasar tradisional bisa tetap bertahan dan berkembang dalam dunia bisnis yang penuh persaingan dalam memperebut konsumen, maka harus mampu memahami konsumennya secara menyeluruh, karena keberadaan konsumen merupakan faktor yang penting.

Dengan hal itu peneliti ingin menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli pakaian di pasar tradisional. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian tidak lepas dari perilaku konsumen dan proses pengambilan keputusan.

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Dalam faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial. Kemudian keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan (*learning*), serta keyakinan dan sikap.³

Para pemasar harus mendalami berbagai pengaruh terhadap pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana sebenarnya para konsumen membuat keputusan pembelian mereka. Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pembelian.⁴

Atas permasalahan tersebutlah sehingga penulis mencoba mengulasnya dalam bentuk tulisan berupa proposal skripsi dengan judul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI PASAR TRADISIONAL (STUDI KASUS DI PASAR KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN)**

³ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm.113-120.

⁴ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran ...* hlm.129.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Apakah budaya secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian ?
2. Apakah sosial secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian ?
3. Apakah pribadi secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian ?
4. Apakah psikologis secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian ?
5. Apakah budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh budaya secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian di pasar kedungwuni
2. Untuk mengetahui pengaruh sosial secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian di pasar kedungwuni

3. Untuk mengetahui pengaruh pribadi secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian di pasar kedungwuni
4. Untuk mengetahui pengaruh psikologis secara parsial terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian di pasar kedungwuni
5. Untuk mengetahui pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian pakaian di pasar kedungwuni

D. Batasan Masalah Penelitian

Dalam penelitian ini bertempat di Pasar Tradisional dan studi kasus pada Pasar Kedungwuni kabupaten Pekalongan terkait dengan faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian di Pasar Kedungwuni kabupaten Pekalongan.

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi hanya dalam ruang lingkup terkait kosumen yang melakukan pembelian pakaian secara ecer di Pasar Kedungwuni kabupaten Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis:
 - a. Penelitian ini menambah dan memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya dibidang perdagangan, dan ekonomi

- b. Penelitian ini juga memberikan kontribusi atau sumbangan pemikiran kepada akademis maupun jurusan pengembangan masyarakat tentang pasar
- c. Penelitian ini memberikan informasi yang berguna dalam bidang pemasaran, pelayanan dan lebih fokus pada perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berbelanja di pasar tradisional dengan memperhatikan faktor-faktor yang ada dalam penelitian ini

2. Manfaat Praktis:

- a. Masyarakat, sebagai acuan bagi masyarakat dalam mengetahui sebuah produk yang baik di pasar tradisional
- b. Pedagang, sebagai bahan masukan bagi pedagang untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumennya
- c. Pemerintah, sebagai sumbangan pemikiran secara tertulis demi meningkatkan, mempertahankan dan menjaga kesejahteraan pedagang yang menggantungkan hidupnya dari berdagang.

F. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan, peneliti membaginya menjadi lima pokok bahasan, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Batasan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang Landasan Teori, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berpikir, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, sumber data, instrument dan teknik pengumpulan data penelitian, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Deskripsi Data, Analisis Data dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian nilai t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $1,995 > 1,985$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,049 < 0,05$, maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Yang artinya budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Pakaian pada konsumen Pasar Kedungwuni,
2. Berdasarkan hasil pengujian nilai t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $2,051 > 1,985$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$, maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Artinya sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Pakaian pada konsumen Pasar Kedungwuni.
3. Berdasarkan hasil pengujian nilai t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $3,745 > 1,985$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Artinya pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pakaian pada konsumen Pasar Kedungwuni.
4. Berdasarkan hasil pengujian nilai t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $2,164 > 1,985$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,033 < 0,05$, maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Artinya psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Pakaian pada konsumen Pasar Kedungwuni.
5. Berdasarkan uji F diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel $13,285 > 2,47$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima.

Sehingga secara simultan antara budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pakaian pada konsumen Pasar Kedungwuni.

6. Berdasarkan nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,332. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian Pakaian pada konsumen Pasar Kedungwuni sebesar 33,2% dan sisanya 66,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Keterbatasan dan Saran

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu:

- a. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam penelitian ini hanya terdiri dari empat variabel yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Sedangkan sebenarnya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan membeli pakaian di Pasar Kedungwuni
- b. Penelitian ini hanya meneliti keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan Pakaian di Pasar Kedungwuni. Sedangkan jika ada

kesempatan waktu yang lebih banyak dapat meneliti lebih luas lagi cakupan penelitiannya.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan simpulan yang diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan, yaitu antara lain :

- a. Variabel Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian, maka dari itu produsen harus bisa mengembangkan produk produk berinovasi dengan kualitas yang semakin bagus dan mengikuti pakaian trend yang ada agar konsumen semakin setia untuk membeli Pakaian yang dijual di Pasar Kedungwuni
- b. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti dengan topik sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel lain karena masih banyak yang memungkinkan variabel-variabel lain tersebut memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian. Serta peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk studi kasus yang dijadikan penelitian tidak hanya di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan saja, tetapi bisa juga di Pasar lain yang berada di Kabupaten atau Kota Pekalongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Franchis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Amalia, Firda. 2011. “*Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M-150 di Semarang*”. Skripsi (Semarang: UNDIP).
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anto, Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Anto, Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonmika Mikro Islami*. Yogyakarta: PT Jalasutra.
- Arikunto, Suharsimi. 1992. *Produser Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. 2014. *konsumen dan pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gavamedia.
- Faizal Noor, Henry. 2011. *Ekonomi Manajerial-Edisi Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Friantoro, Dian. 2016. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, dan Pribadi terhadap Keputusan Anggota Dalam Mengambil Kredit Pada KP-RI Bina Mandiri Kabupaten Pandeglang*. Skripsi (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta).
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Fauzi, Mohammad. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Walisongo Press.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 2*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, Cet ke-5. Semarang: BP Undip.



<http://pasartradisi.blogspot.com/2007/12/pasar-pasar-merupakan-kegiatan-penjual.html>

(diakses tanggal 08 Juli 2018, pukul 10.00 WIB).

- Jayakusumah, Herdi. 2011. *“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Teh Celup Sari Wangi (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Bekasi)”*. Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Intan Sejati Klaten.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lamb Hair, Charles. dan McDaniel. 2001. *pemasaran Buku 1 Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013 *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Mannan, M.A. 1993. *Ekonomi Islam: Teori dan Praktik (terj)*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Masyhuri dan Zaenudin. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung ; PT. Rafika Aditama.
- Mowen, John C. dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Muri Yusuf, A. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Naqvi, Syekh Nawab Haidar. 2011. *Etika dan Ilmu Ekonomi : Suatu Sintesis Islami*. Bandung : Mizan.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.



- Nastata, Ebenezer Arya. 2014. *Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan, Individu dan Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Berbelanja di Pasar Tradisional Peterongan Semarang*. Skripsi (Semarang: Universitas Diponegoro).
- Nugroho, Arissetyanto Jogiyanto.dkk. 2014. *Ekonomi Manajerial dengan Pendekatan Matematis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rizan, Mohammad dan Kartika Lestari Handayani. 2015. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie dan Mie Sedap)*. Skripsi.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sasangka, Ari Luhur. 2010. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Minuman Energi (Studi Kasus Pada Extra Joss di PT. Bintang Toedjoe Cabang Semarang)*”. Skripsi (Semarang: UNDIP).
- Satria. 2010. *Pasar Modern dan Pasar Tradisional*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Singrimbun, Masri. 1983. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Soesilowati, Endang S. *Perilaku Konsumsi Muslim dalam Mengonsumsi Makanan Halal*. <http://digilib.unimus.ac.id/download.php?id=6529> (Diakses tanggal 14 September 2018)
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. 2013. *perilaku konsumen di era internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern Cetakan Ketigabelas*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.



Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Edisi III Andi.

Usman, Husaini. 1996. *Metodologi Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

W, Shara Noor dan Hertiana Ikasari. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional di Kota Semarang*. Skripsi (Semarang Universitas Dian Nuswantoro).

Wigati, Sri. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 2011. Surabaya: maliyah.

www.ilmudasar.com/2017/09/Pengertian-Ciri-Kelebihan-dan-Kekurangan-Pasar-Tradisional-adalah.html?m=1 (diakses tanggal 08 Juli 2018, pukul 10.00 WIB).



Lampiran 2 Data Karakteristik Responden

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 TAHUN	5	5.0	5.0	5.0
21-30 TAHUN	39	39.0	39.0	44.0
31-40 TAHUN	43	43.0	43.0	87.0
41-59 TAHUN	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	17	17.0	17.0	17.0
PEREMPUAN	83	83.0	83.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PELAJAR / MAHASISWA	2	2.0	2.0	2.0
PEGAWAI SWASTA	5	5.0	5.0	7.0
WIRASWASTA	40	40.0	40.0	47.0
PEDAGANG	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



PEMASUKAN PER BULAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < RP 500.000	2	2.0	2.0	2.0
RP 500.000 - RP 1.000.000	11	11.0	11.0	13.0
RP 1.000.000 - RP 1.500.000	55	55.0	55.0	68.0
> RP 1.500.000	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 3 Data Mentah Penelitian

N C	P 1	P 1	P 1	J L	P 1	P 2	P 2	P 2	J L	P 1	P 3	P 3	P 3	P 3	P 3	J L	P 1	P 4	P 4	P 4	P 4	P 4	P 4	P 4	J L	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	J L	
1	4	5	5	1	4	3	4	4	1	5	5	5	4	5	2	4	5	3	4	5	3	5	5	3	0	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
2	4	4	5	1	3	3	3	3	1	2	4	4	5	5	4	2	3	4	5	3	3	4	4	2	6	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	9
3	4	4	5	1	3	3	3	4	1	3	4	5	4	5	5	2	5	4	4	4	5	4	4	3	0	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4
4	4	4	5	1	3	3	4	4	1	2	4	4	5	4	4	1	5	2	4	4	4	5	5	2	9	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	2	4
5	4	5	5	1	4	3	3	3	1	2	4	5	4	4	5	2	4	5	4	5	4	4	4	3	0	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
6	4	4	5	1	3	4	3	4	1	2	4	4	5	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	2	8	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	6	4
7	4	5	5	1	3	3	4	4	1	2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	8	4	
8	4	4	4	1	2	3	3	3	1	2	4	4	4	4	5	1	4	5	4	4	4	4	4	2	9	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4
9	5	5	5	1	5	3	3	4	1	2	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	3	1	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	6	4
10	4	4	5	1	3	3	4	4	1	2	4	4	5	4	4	2	5	4	4	5	5	4	4	3	1	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
11	4	4	5	1	3	3	2	5	1	2	4	4	5	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	2	6	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	6	4
12	5	5	5	1	4	3	3	4	1	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	7	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	8	4	
13	5	5	4	1	3	3	3	4	1	2	4	4	5	4	4	2	5	5	4	4	5	5	4	3	2	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	
14	4	5	4	1	4	3	3	3	1	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	1	5	5	5	5	5	4	5	5	4	8	4	
15	4	5	5	1	3	3	4	4	1	2	4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	4	4	2	9	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4
16	4	5	5	1	4	5	5	5	1	2	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	5	4	9	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	6	4	
17	4	5	5	1	3	3	4	4	1	2	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	1	5	5	5	4	5	5	4	5	5	8	4	
18	5	5	5	1	3	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	8	5	5	5	5	4	5	5	4	5	8	4	
19	4	4	5	1	3	4	3	4	1	2	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	4	4	2	8	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	4
20	4	5	5	1	3	4	3	4	1	2	4	4	5	5	4	2	4	4	4	5	4	5	3	0	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	7	4	
24	4	4	5	1	3	3	3	3	1	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Instrumen	rhitung	Rtabel	Ket
X1.1	0,715	0,199	VALID
X1.2	0,797	0,199	VALID
X1.3	0,736	0,199	VALID
X2.1	0,563	0,199	VALID
X2.2	0,736	0,199	VALID
X2.3	0,801	0,199	VALID
X2.4	0,812	0,199	VALID
X3.1	0,614	0,199	VALID
X3.2	0,757	0,199	VALID
X3.3	0,683	0,199	VALID
X3.4	0,507	0,199	VALID
X3.5	0,571	0,199	VALID
X4.1	0,679	0,199	VALID
X4.2	0,534	0,199	VALID
X4.3	0,631	0,199	VALID
X4.4	0,639	0,199	VALID
X4.5	0,548	0,199	VALID
X4.6	0,435	0,199	VALID
X4.7	0,376	0,199	VALID
Y.1	0,469	0,199	VALID
Y.2	0,417	0,199	VALID
Y.3	0,497	0,199	VALID
Y.4	0,618	0,199	VALID
Y.5	0,565	0,199	VALID
Y.6	0,498	0,199	VALID
Y.7	0,496	0,199	VALID
Y.8	0,508	0,199	VALID
Y.9	0,290	0,199	VALID
Y.10	0,395	0,199	VALID

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket.
Budaya (X1)	0,610	Reliabel
Sosial (X2)	0,712	Reliabel
Pribadi (X3)	0,607	Reliabel
Psikologis (X4)	0,607	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,622	Reliabel

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.15328860
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.054
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

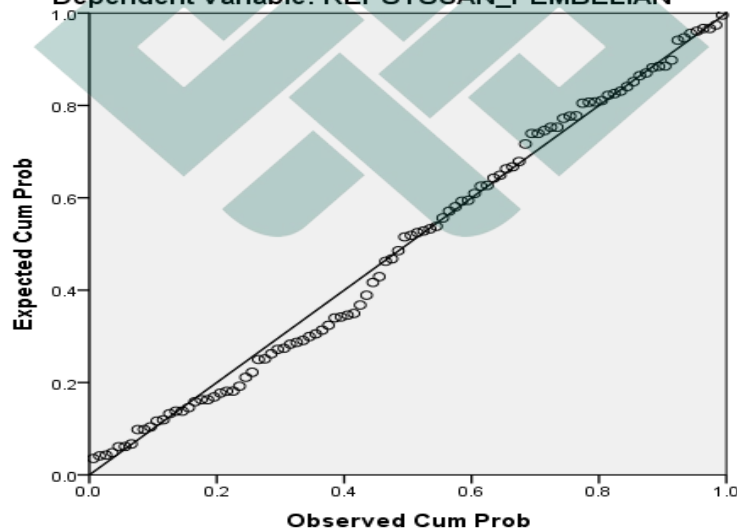
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN



Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Budaya	,859	1,164
Sosial	,820	1,219
Pribadi	,806	1,240
Psikologis	,926	1,080

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,538	2,558		,601	,549
Budaya	,048	,122	,044	,394	,694
Sosial	,005	,094	,006	,051	,959
Pribadi	,009	,089	,012	,105	,916
Psikologis	-,022	,065	-,035	-,333	,740

a. Dependent Variable: GLESJER

Scatterplot

Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN



Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,132	4.699		2,582	,011
Budaya	,445	,223	,177	1,995	,049
1 Sosial	,354	,172	,186	2,051	,043
Pribadi	,614	,164	,343	3,745	,000
Psikologis	,259	,120	,185	2,164	,033

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

$$Y = 12,132 + 0,445 X_1 + 0,354 X_2 + 0,614 X_3 + 0,259 X_4 + e$$

Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,132	4,699		2,582	,011
1 Budaya	,445	,223	,177	1,995	,049
Sosial	,354	,172	,186	2,051	,043
Pribadi	,614	,164	,343	3,745	,000
Psikologis	,259	,120	,185	2,164	,033

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Hasil Uji F (simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	256,761	4	65,190	13,285	,000 ^b
Residual	459,029	95	4,832		
Total	715,790	99			

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

b. Predictors: (Constant), budaya, sosial, pribadi, psikologis.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,599 ^a	,359	,332	2,198

a. Predictors: (Constant), psikologis, pribadi, sosial, budaya

b. Dependent Variable: keputusan_pembelian

Lampiran 10 Dokumentasi



Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Alyana Fitria
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat/Tanggal Lahir : Pekalongan, 14 Juni 1996
4. Agama : Islam
5. Alamat : Gembang Gang Beringin 1 Rt 1 Rw 10 No 15
Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

B. Identitas Orang Tua

1. Nama Ayah : Fatchurrohman
Pekerjaan : Dagang
2. Nama Ibu : Mahmudah
Pekerjaan : Dagang
6. Alamat : Gembang Gang Beringin 1 Rt 1 Rw 10 No 15
Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan

C. Riwayat Pendidikan

1. Mi Walisongo Paesan 02, lulus tahun 2008
2. MtsN Buaran Pekalongan, lulus tahun 2011
3. SMK Muhammadiyah Bligo, lulus tahun 2014
4. IAIN Pekalongan, angkatan 2014

Pekalongan, 24 Desember 2018

Penulis

SURAT KETERANGAN

Dengan datangnya surat ini kami beritahukan bahwa :

Nama : ALYANA FITRIA

Nim : 2013114089

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN DI PASAR TRADISIONAL (STUDI
KASUS DI PASAR KEDUNGWUNI KABUPATEN
PEKALONGAN)

Sudah melakukan penelitian di Pasar Kedungwuni.

Pekalongan, Desember 2018

Kepala UPT. Pasar Kedungwuni

Kabupaten Pekalongan

Warsidi

NIP. 196711041989031007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma bangsa No.9 Pekalongan. Telp. (0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website : perpustakaan iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain
pekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **ALYANA FITRIA**
NIM : **2013114089**
Jurusan/Prodi : **EKONOMI SYARIAH**

Demi 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 (.....)

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN DI PASAR TRADISIONAL
(STUDI KASUS DI PASAR KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN)”**

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

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, Februari 2019



ALYANA FITRIA
NIM. 2023114033

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

