

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP  
KONSUMEN DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN  
BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL  
(STUDI KASUS PADA IBU-IBU DI KELURAHAN  
PANDANWANGI)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Oleh:

**Eli Pratama Sari**

K.2016.1.33758

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2020

## SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN DALAM MENENTUKAN  
KEPUTUSAN BERBELANJA DI PASAR TRADISIONAL (STUDI KASUS PADA IBU-IBU DI  
KELURAHAN PANDANWANGI)

Oleh :

ELI PRATAMA SARI

K.2016.1.33758

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

21 Februari 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Drs. HARIYANTO, M.Si.

Mengetahui,

Ketua P3M Malangkuçewara

Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D

NIK 202.710.18247

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 11 Februari 2020

Eli Pratama Sari



Npk. 2016.1.33758



PEMERINTAH KOTA MALANG  
**KECAMATAN BLIMBING**  
Jl. Raden Intan Kav. 14 telpon ( 0341 ) 491330 MALANG

Kode Pos 65126

**REKOMENDASI PELAKSANAAN PENELITIAN**  
**NOMOR : 072/ 61 /35.73.01/2020**

Berdasarkan Pemenuhan Ketentuan Persyaratan Sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Walikota Malang, Nomor 24 Tahun 2011 Tentang Pelayanan Pemberian Rekomendasi Pelaksanaan Penelitian di Lingkungan Pemerintah Kota Malang Oleh Kecamatan Blimbing Kota Malang, serta menunjuk surat dari STIE MALANGKUCEWARA Nomor : 0091.6/BAAK-RESEARCH /1/2020 Perihal : Riset Untuk Skripsi

- a. Nama : ELI PRATAMA SARI  
b. Nomor Identitas : K.2016.1.33758  
c. Tema/ judul : Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Dalam Menentukan Keputusan Berbelanja Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Ibu Ibu Di Kelurahan pandanwangi)

d. Peserta : -

dinyatakan memenuhi persyaratan untuk melaksanakan kegiatan Riset yang berlokasi di :

- Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang.

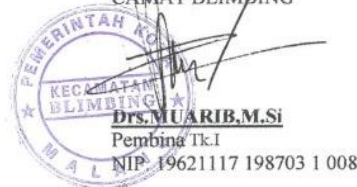
Dengan jangka waktu 1 (satu) Minggu dari tanggal 30 Januari s/d tanggal 6 Februari 2020, Sepanjang yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut :

- i. Tidak melakukan Kegiatan yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan maksud dan Tujuan Pengabdian.  
b. Menjaga perilaku dan mentaati yang berlaku pada Lokasi tersebut di atas;  
c. Mentaati ketentuan peraturan perundang-undangan;

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Malang, 29 Januari 2020

CAMAT BLIMBING



Tembusan :  
Yth. Sdr. - Ketua Jurusan Manajemen  
STIE Malangkucewara  
- Arsip

## Riwayat Hidup

Nama : Eli Pratama Sari  
Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 01 September 1998  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Batu Amarel No.63 Rt.06 Rw.04 Jambangan  
Agama : Islam  
Nama Ayah : Subriyanto  
Nama Ibu : Lusianah  
Riwayat Pendidikan :  
2004-2010 Sekolah Dasar SDN Pandanwangi 2 Malang  
2010-2013 Sekolah Menengah Pertama SMPN 24 Malang  
2013-2016 Sekolah Menengah Kejuruan SMKN 12 Malang  
2016-2020 Sarjana manajemen STIE Malangkucecwara

Malang, .....  
Penulis,

Eli Pratama Sari

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan dari penyusunan skripsi yang memiliki judul “Analisis pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen dalam menentukan keputusan berbelanja di pasar tradisional (studi kasus pada ibu-ibu di kelurahan pandanwangi)” dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan harapan penulis. Penyusunan penelitian skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada jurusan studi manajemen di STIE Malangkuçeçwara.

Dalam pelaksanaan penyusunan dan penulisan dari skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan, bimbingan, masukan, motivasi, serta dukungan dari banyak pihak yang telah berperan besar dalam penyelesaiannya. Dengan telah terselesaikannya skripsi ini, tidak lupa penulis mengucapkan sebesar-besarnya terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi hikmat serta memberikan ketenangan kepada penulis saat mengalami kesulitan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D., selaku Ketua STIE Malangkuçeçwara.
3. Ibu Dra. Lindananty, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Drs. Gatot Sudjono, MA selaku dosen wali dari penulis
5. Bapak Drs. Hariyanto, M.Si, selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang selalu memberikan motivasi dan masukan dalam proses perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Dr. Wiyarni, Ak. MSPA, CA, CSRA, Yuyuk Liana, SE, MM, Drs. Nanang Purwanto, Ak., MM., MSA. CA, Dra. Istutik, Ak., MM., CA., CPA Selaku dosen penguji.
7. Seluruh bapak serta ibu dosen yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu penulis dari awal masuk kuliah hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi.

8. Ibu Lusianah dan Bapak Subriyanto tercinta yang telah memberikan semangat dan juga telah memberi banyak bantuan kepada penulis agar tetap fokus serta bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
9. Saudara saudaraku khususnya adik-adikku tercinta dari penulis yang telah mendukung dan sebagai penghibur dalam menghadapi banyak kendala saat penyelesaian skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat kuliah dari penulis yaitu Ferinanda Hadiningtyas, Sindy Devi Ratnasari, Shinta Rizky Adriani yang telah mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman kelas C yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah menjadi partner sekelas dari penulis hingga akhirnya sama-sama telah menyusun dan menyelesaikan skripsi.
12. Seluruh karyawan baik itu dari *Customer Service*, Satpam, Kebersihan, bagian Perpustakaan, bagian IT Kampus serta bagian Pengajaran yang telah memberi kenyamanan dalam pelayanannya kepada penulis.
13. Serta seluruh orang yang telah memberikan dukungan, masukan, motivasi, serta dukungan moril kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu dikarenakan keterbatasan penulis mengingat siapa-siapa saja orangnya.

Sehingga penulis memahami sebagai penyusun dari skripsi ini menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan atau kesalahan yang tidak disengaja, maka dari itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan inspirasi bagi penulis selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa nantinya. Semoga Allah SWT dapat memberikan balasan yang berlimpah kepada semua yang membaca skripsi ini.

Malang, 07 Februari 2020

Penulis,

Eli Pratama Sari

## ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi konsumen, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan berbelanja. Penelitian ini merupakan penelitian yang berjenis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan obyek-obyek yang berhubungan untuk pengambilan keputusan yang bersifat umum. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada di kelurahan pandanwangi. Sampel dalam penelitian ini adalah 60 orang responden yang diambil secara accidental sampling. Pengumpulan datanya dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Hasil analisis regresi berganda yaitu,  $Y = -9,84 + 0,443 X_1 + 0,339 X_2 + 0,377 X_3$ . Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel motivasi konsumen (0,443), diikuti oleh variabel sikap konsumen (0,377), dan yang terakhir adalah variabel persepsi (0,339). Hasil uji t membuktikan semua variabel independen (motivasi konsumen, persepsi, dan sikap konsumen) memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan berbelanja di pasar tradisional. Artinya menurut konsumen ketiga variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan belanja di pasar tradisional. Dan koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) yang diperoleh adalah sebesar 0,740. Hal ini berarti 74% keputusan berbelanja dapat dijelaskan oleh variabel motivasi konsumen, persepsi, dan sikap konsumen sedangkan sisanya yaitu 26% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Motivasi Konsumen, Persepsi, Sikap Konsumen, dan Keputusan Pembelian, Keputusan Berbelanja



## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of consumer motivation, perceptions and attitudes of consumers towards shopping decisions. This research is a descriptive type of research, namely research that describes objects that are related to general decision making. The population in this study were all people in the pandanwangi village. The sample in this study were 60 respondents taken by accidental sampling. Data collection is done by using a questionnaire.

The results of multiple regression analysis namely,  $Y = -9.84 + 0.443 X_1 + 0.339 X_2 + 0.377 X_3$ . The most influential independent variable on the dependent variable is the consumer motivation variable (0.443), followed by the consumer attitude variable (0.377), and the last is the perception variable (0.339). T test results prove all independent variables (consumer motivation, perceptions, and consumer attitudes) have a positive influence on the dependent variable, namely shopping decisions in traditional markets. This means that according to consumers the three independent variables are considered important when shopping at traditional markets. And the coefficient of determination (adjusted R<sup>2</sup>) obtained is equal to 0.740. This means that 74% of shopping decisions can be explained by variables of consumer motivation, perceptions, and attitudes of consumers while the remaining 26% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Consumer Motivation, Perception, Consumer Attitudes, and Purchasing Decisions, Shopping Decisions

## **KATA PENGANTAR**

Dengan menghaturkan puji serta syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kelimpahan berkat dan kurnia-Nya sehingga penulis dapat mampu untuk menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen dalam menentukan keputusan berbelanja di pasar tradisional (studi kasus pada ibu-ibu di kelurahan pandanwangi) hingga akhirnya dapat terselesaikan. Di dalam penulisan skripsi ini, disajikan pokok-pokok pembahasan yang membahas mengenai pengaruh motivasi, persepsi, sikap konsumen dan keputusan pembelian. Sehingga buku ini disusun dengan harapan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pemerintah atau pengelola untuk mengembangkan pasar tradisional.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, sehingga meskipun penulis telah mengerahkan seluruh kemampuan untuk dapat memberikan kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini, tetapi penulis memahami bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyajian pada tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan untuk diberi kritikan dan saran-saran yang dapat membangun agar tulisan ini dapat memiliki manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Akhirnya penulis megharapkan agar hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat sebaik-baiknya bagi pihak-pihak yang membutuhkan, pembaca akan tulisan ini, serta penulis penelitian yang serupa yang akan datang nantinya.

Malang, 07 Februari 2020

Penulis,

Eli Pratama Sari

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Orisinalitas .....	iii
Surat Keterangan Riset .....	iv
Lembar Riwayat Hidup.....	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Abstrak Bahasa Indonesia.....	viii
Abstrak Bahasa Inggris .....	ix
Kata Pengantar .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan.....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Manfaat .....</b>	<b>5</b>
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
<b>2.1 Tinjauan Teori .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.1 Motivasi .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.2 Persepsi .....</b>	<b>8</b>
2.1.2.1 Persepsi Konsumen .....	8
2.1.2.2 Persepsi Kualitas .....	9
2.1.2.3 Persepsi Nilai .....	9
<b>2.1.3 Sikap Konsumen .....</b>	<b>10</b>
2.1.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap .....	11
<b>2.1.4 Keputusan Pembelian .....</b>	<b>12</b>

2.1.4.1	Faktor Keputusan Pembelian .....	14
2.1.4.2	Peranan Konsumen .....	15
2.2	Penelitian Terdahulu .....	15
2.3	Model Konseptual Penelitian .....	17
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	19
BAB III METODE PENELITIAN .....		20
3.1	Jenis Penelitian .....	20
3.2	Populasi Dan sampel .....	20
3.2.1	Populasi .....	20
3.2.2	Sampel .....	20
3.3	Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran .....	21
3.3.1	Variabel Bebas ( <i>Independent Variabel</i> ) .....	21
3.3.2	Keputusan Berbelanja Variabel Terikat ( <i>Dependent Variabel</i> )... ..	22
3.3.3	Pengukuran Variabel .....	22
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	23
3.4.1	Jenis Data .....	24
3.5	Uji Instrumen Penelitian .....	24
3.5.1	Uji Validitas .....	24
3.5.2	Uji Realibilitas .....	25
3.6	Metode Analisis .....	27
3.6.1	Uji Asumsi Klasik .....	27
3.6.1.1	Uji Normalitas .....	27
3.6.1.2	Uji Multikolinearitas .....	28
3.6.1.3	Uji Heteroskedastisitas .....	28
3.6.2	Uji Hipotesis .....	29
3.6.1.1	Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t) .....	29
3.6.1.2	Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F) .....	29
3.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	30
3.6.4	Analisis Regresi Berganda .....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		32

<b>4.1 Gambaran Umum .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1.1 Gambaran Umum Pasar Tradisional .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1.2 Gambaran Umum Kelurahan Pandanwangi .....</b>	<b>35</b>
<b>4.2 Gambaran Umum Responden .....</b>	<b>36</b>
<b>4.2.1 Karakteristik Responden .....</b>	<b>36</b>
<b>4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>4.4 Analisis Data .....</b>	<b>42</b>
<b>4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>42</b>
<b>4.4.1.1 Uji Normalitas .....</b>	<b>42</b>
<b>4.4.1.2 Uji Multikolinieritas .....</b>	<b>46</b>
<b>4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....</b>	<b>47</b>
<b>4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>48</b>
<b>4.4.3 Koefisien Determinasi .....</b>	<b>50</b>
<b>4.4.4 Uji t .....</b>	<b>51</b>
<b>4.4.5 Uji f .....</b>	<b>52</b>
<b>4.6 Interpretasi .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>58</b>
<b>5.2 Kontribusi Penelitian .....</b>	<b>59</b>
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>59</b>
<b>5.4 Saran .....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR TABEL

<b>2.1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1 Skala Likert .....</b>	<b>23</b>
<b>4.1 Jenis Pasar Tradisional .....</b>	<b>33</b>
<b>4.2 Deskripsi jenis kelamin responden .....</b>	<b>36</b>
<b>4.3 Deskripsi usia responden .....</b>	<b>37</b>
<b>4.4 Deskripsi pekerjaan responden .....</b>	<b>37</b>
<b>4.5 Distribusi freskuensi variabel Motivasi (X1) .....</b>	<b>39</b>
<b>4.6 Distribusi freskuensi variabel Persepsi (X2) .....</b>	<b>40</b>
<b>4.7 Distribusi frekuensi variabel Sikap Konsumen (X3) .....</b>	<b>41</b>
<b>4.8 Distribusi frekuensi variabel Keputusan Berkunjung (Y) .....</b>	<b>43</b>
<b>4.9 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov .....</b>	<b>46</b>
<b>4.10 Hasil Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>47</b>
<b>4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda (Parsial) .....</b>	<b>49</b>
<b>4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda (Simultan) .....</b>	<b>50</b>
<b>4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>2.1 Tiga Komponen Sikap Konsumen .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 Proses keputusan pembelian .....</b>	<b>12</b>
<b>2. 3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>17</b>
<b>4.1 Hasil Uji Histogram .....</b>	<b>44</b>
<b>4.2 grafik Normal Probability Plots .....</b>	<b>45</b>
<b>4.3 Hasil Uji ScatterPlot .....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	65
Lampiran 2 Data Kuisisioner .....	68
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	78
Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas .....	80
Lampiran 5 Jenis Pasar Tradisional Di Kota Malang .....	82
Lampiran 6 Kertas Bimbingan BAB 4 .....	85
Lampiran 7 Kertas Bimbingan BAB 5 .....	87