

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN KE
PASAR SYARIAH AZ-ZAITUN KUTISARI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

DWI ROSITA SETYA PUTRI
NPM 1124010004

Kepada

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, yang berjudul “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN KE PASAR SYARIAH Az-Zaitun Kutisari Surabaya”.

Penyusunan skripsi ini dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Jurusan Agribisnis UPN “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penelitian ini hingga selesainya penulisan telah banyak mendapat bimbingan, bantuan, kesempatan, serta pengorbanan baik moral maupun materil dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Pawana Nur Indah, MSi selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Dr. Ir. Sudiyarto, MM selaku dosen pembimbing pendamping.

Kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Dr. Ir. Pawana Nur Indah, M. Si, selaku Dekan Fakultas Pertanian UPN “ Veteran “ JawaTimur, Surabaya dan selaku dosen pembimbing yang dengan bijaksana membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi.
2. Dr. Ir. Sudiyarto, MM selaku Ketua Jurusan Fakultas Pertanian UPN “ Veteran “ JawaTimur, Surabaya dan selaku dosen pendamping.
3. Ir. Setyo Parsudi, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN “ Veteran “ JawaTimur.

4. Seluruh keluarga besarku terutama orang tuaku, kakak dan adikku yang telah banyak memberikan dukungan doa, semangat dan kasih sayang yang tak terhingga.
5. Sahabat-sahabatku serta teman-teman Jurusan Agribisnis serta semua pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Namun demikian penulis menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun penyajian skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya serta bagi para pembaca pada umumnya.

Surabaya, Agustus 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.2.1 Tujuan Penelitian	4
1.2.2 Manfaat penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Pasar	10
2.3 Pasar Syariah	12
2.4 Persepsi Konsumen	13
2.4.1 Aspek-Aspek Persepsi	16
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	17
2.5 Keputusan Pembelian	18
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	18
2.5.2 Proses Keputusan Pembelian	18
2.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	20
2.6 Hubungan Persepsi Konsumen dengan Keputusan Pembelian	23
2.7 Motif dan Perilaku Konsumen	24
2.8 Pendirian, Pengaturan dan Pengawasan dalam Pasar Syariah	26
2.8.1 Hisbah Terhadap Pasar	26

2.9 Kerangka Pemikiran.....	30
III. METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	32
3.2 Penentuan Responden	32
3.3 Pengumpulan Data	33
3.4 Definisi Operasional	33
3.5 Analisis Data	35
3.5.1 Analisis Deskriptif	35
3.5.2 Analisis Linier Berganda.....	36
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Keadaan Umum Lokasi Peneltian	41
4.1.1 Gambaran Umum Pasar Syariah Az-Zaitun Surabaya.....	41
4.1.2 Sejarah Berdirinya Pasar Syariah Az-Zaitun.....	41
4.2 Perbedaan Antara Pasar Syariah dan Pasar Konvensional	44
4.3 Karakteristik Pedagang	45
4.3.1 Pengalaman Berdagang di Pasar Syariah (Tahun)	46
4.3.2 Lokasi Berjualan.....	47
4.3.3 Mempertahankan Konsumen.....	48
4.3.4 Kategori Barang Dagangan	49
4.4 Karakteristik Konsumen	50
4.4.1 Intensitas Kedatangan.....	51
4.4.2 Barang yang Sering Dibeli.....	52
4.4.3 Kelebihan Pasar Syariah.....	53
4.4.4 Pelayanan Pedagang	55
4.4.5 Harga Barang.....	56

4.5 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kunjungan	
Konsumen.....	57
4.5.1 Koefisiensi Determinasi dan Koefisiensi Korelasi Berganda	58
4.5.2 Inferensi Pada Regresi Linear Berganda.....	58
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR TABEL

Nomor	<u>Judul</u>	Halaman
4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Konsumen ke Pasar Syariah.....	54
4.2	Tabel Pengujian Hipotesis pada ANOVA.....	57
4.3	Tabel Uji Individu.....	58

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman	<u>Judul</u>	
2.1		Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	17
2.2		Kerangka Pemikiran Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Konsumen Ke Pasar Syariah	28
4.1		Peta Lokasi Pasar Syariah Az-Zaitun	36
4.2		Diagram Persepsi Konsumen Mengenai Pasar Syariah Az- Zaitun	40
4.3		Diagram Jawaban Pedagang Berdasarkan Lama Berdagang.....	42
4.4		Diagram Jawaban Pedagang Berdasarkan Lokasi Berjualan	44
4.5		Diagram Jawaban Pedagang Berdasarkan Cara Mempertahankan Konsumen.....	45
4.6		Diagram Jawaban Pedagang Berdasarkan Kategori Barang Dagangan.....	46
4.7		Diagram Jawaban Konsumen Berdasarkan Intensitas Kedatangan.....	48
4.8		Diagram Jawaban Konsumen Berdasarkan Barang yang Sering Dibeli	49
4.9		Diagram Jawaban Konsumen Berdasarkan Kelebihan Pasar Syariah.....	50
4.10		Diagram Jawaban Konsumen Berdasarkan Pelayanan Pedagang.....	52
4.11		Diagram Jawaban Konsumen Berdasarkan Harga Barang	53