

PENGARUH LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR LANDUNGSARI

Dionisius Hendry Gunawan
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi
Email: hendricklakip@gmail.com

ABSTRAK

Semakin banyaknya pelaku usaha yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka pelaku usaha perlu memperhatikan cara untuk menciptakan keunikan dari segi produk yang ditawarkan, serta dapat memberikan keputusan kepada para konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebersihan dan sanitasi pasar, logistik, komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan transportasi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pembeli yang ditemui secara accidental yaitu sebanyak 150 orang, dan teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling sebanyak 30 orang. Hasil penelitian didapatkan nilai r^2 sebesar 0,635, hasil pengujian uji t didapatkan nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dengan nilai signifikan $p\text{ value} < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kebersihan dan sanitasi pasar, logistik, komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan transportasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan baik secara parsial maupun simultan. Pengelola pasar dan pedagang diharuskan memberi menjaga kebersihan dan sanitasi pasar agar membuat konsumen semakin nyaman, sehingga konsumen mau berbelanja di pasar tradisional Landungsari.

Kata Kunci: *Kebersihan, Logistik, Internal, Eksternal, Transportasi, Keputusan*

DAFTAR PUSTAKA

- Hendry, Raymind dan Ericko, Yohji. 2015. *Pengaruh Logistic Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Kentucky Fried Chicken di Surabaya*, Hendry dan Ericko. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol.3, No.3. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3573>. Akses Tanggal 25 Februari 2019, Pk. 18:05.
- Kotler, Philip., dan Amstrong, Gary. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Amstrong, Gary. 2009. *Manajemenn Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., dan Amstrong, Gary. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, Astika. 2016. *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Argosari Wonosaro*. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta. http://eprints.uny.ac.id/42829/1/AstikaPratiwi_14808147008.pdf. Akses Tanggal 25 Februari 2019, Pk. 18:03.
- Prihatminingtyas, Budi. 2016. *Discourse of Gadang Traditional Market Sellers in Malang City*. European Journal of Bussines and Management, Vol.8, No.33. <https://iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/33949>. Akses Tanggal 25 Februari 2019, Pk. 22:55.
- Prihatmimingtyas, Budi. 2019 Buku *Etika bisnis suatu pendekatan dan Aplikasinya terhadap stakeholders*, No.22. penerbit CV IRDH www.irdhcenter.com ISBN
- Rochmah, Reza Cindayana. 2017. *Pengaruh Komunikasi Internal dan Komunikasi Eksternal terhadap Kinerja Karyawan (Studi Perbandingan PT Angkasa Pura I Persero Bandara Adi Soemarno Surakarta)*. Naskah Publikasi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id/53028/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>. Akses Tanggal 25 Februari 2019, Pk. 18:09.
- Wahyuni, Leni. 2019 *Pengaruh Promotion, People Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Konsumen Transportasi Online Go-Jek (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Feb Dan Fkip Universitas Pasundan Bandung)*. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan, Bandung. <http://repository.unpas.ac.id/37017/>. Akses Tanggal 25 Februari 2019, P