

# PENGARUH LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR TRADISIONAL LANDUNGSARI KOTA MALANG

*by* [Maria Eta](#)

---

**Submission date:** 08-Jun-2021 01:43AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1595052980

**File name:** I\_PASAR\_TRADISIONAL\_LANDUNGSARI\_KOTA\_MALANG\_-\_maria\_eta.docx.pdf (89.21K)

**Word count:** 914

**Character count:** 6160

## **RINGKASAN**

Pengaruh lingkungan sangat diperhatikan oleh para konsumen, karena dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Lingkungan atau lokasi perdagangan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kemajuan suatu usaha apabila usaha yang sedang dijalani terdapat di tempat yang sering dijumpai atau tempat yang strategis dan produk yang dijual sangat sesuai dengan keinginan masyarakat maka kedepannya usaha tersebut akan lebih maju dan sukses dengan demikian lokasi atau tempat yang strategis sangatlah berpengaruh dalam kemajuan suatu usaha.

Tujuan penelitian untuk mengetahui, pengaruh kebersihan, logistik, komunikasi internal, komunikasi eksternal dan transportasi terhadap keputusan pembeli.

***Kata kunci : Kebersihan, Logistik, Internet, Eksternal, transportasi, keputusan***

**PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang**

Pada masa ini globalisasi sudah menjadikan setiap negara melakukan perdagangan secara bebas yang berarti setiap Negara berhak melakukan perdagangan di mana pun sesuai peraturan perdagangan di negara tersebut dan tanpa melakukan kecurangan dalam perdagangan atau berbisnis, dalam hal ini tingkat persaingan diberbagai sektor perdagangan semakin tinggi. Maka demikian dapat melakukan pendekatan ekonomi dengan adanya pasar bebas.

Dalam perkembangan dan kemajuan pada masa ini yang semakin pesat ditandai dengan perkembangan industri dan semakin tingginya tingkat persaingan yang semuanya itu tidak lepas dari tingkat kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dalam hal ini pengaruh lingkungan itu sangat diperhatikan oleh para konsumen, karena dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Lingkungan atau lokasi perdagangan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kemajuan suatu usaha apabila usaha yang sedang dijalani terdapat di tempat yang sering dijumpai atau tempat yang strategis dan produk yang dijual sangat sesuai dengan keinginan masyarakat maka kedepannya usaha tersebut akan lebih maju dan sukses dengan demikian lokasi atau tempat yang strategis sangatlah berpengaruh dalam kemajuan suatu usaha.

Menurut Permana (2016) persaingan pasar yang terlihat semakin hari semakin ketat akan mempengaruhi suatu usaha perusahaan untuk mencapai kesuksesan. Pendapat diatas dapat diartikan bahwa semua perusahaan akan dituntut untuk dapat

menciptakan kelebihan kompetitif dan bisa membangun jiwa perusahaan yang kreatif agar perusahaan memiliki kelanjutan sehingga dapat bertahan dalam menghadapi <sup>2</sup> para pesaing yang bergerak dalam industri yang sama.

Untuk mencapai kesuksesan maka perusahaan dan karyawan harus bisa bekerjasama dalam melakukan suatu kegiatan pemasaran, salah satu contohnya adalah menentukan strategi pemasaran dengan demikian, produk yang akan dijual lebih mudah dilakukan. Mengingat hampir semua <sup>2</sup> industri yang terus mengalami perkembangan akan memerlukan kegiatan pemasaran yang tepat demi kelangsungan bisnisnya karena setiap perusahaan pasti memiliki karyawan yang berjiwa kreatif sehingga dapat menarik perhatian konsumen sehingga dapat membuat konsumen mengambil keputusan pembelian. (Gunawan & Mukoffi, Handayanto. 2017)

Keberhasilan dalam suatu perusahaan tergantung pada kemampuan mereka dalam memasarkan produk dan bagaimana cara mereka bisa mengetahui keinginan konsumen, sehingga pada akhirnya perusahaan mereka dapat mencapai target yang sudah mereka targetkan pada saat perusahaan memproduksi suatu produk, produk apa <sup>11</sup> yang akan dipasarkan harus memiliki kualitas yang baik supaya konsumen memiliki rasa kepercayaan pada produk perusahaan tersebut produk dapat memberi pengaruh, apabila <sup>6</sup> suatu produk tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan konsumen maka konsumen atau pelanggan perusahaan tersebut akan merasa kecewa.

Astika (2016) berpendapat bahwa pasar tradisional menampilkan kondisi lingkungan sekitar yang kurang bersih.

Kota Malang merupakan kota yang sangat terkenal dingin dan juga terkenal dengan kota pendidikan oleh karena itu banyak yang sukses dan berpendidikan yang berada di naungan kota Malang. Kota Malang juga banyak sekali pendatang-pendatang yang diluar kota hingga padat yang sering menyebabkan jalan raya macet karena saking banyaknya pendatang yang tiap tahunnya meningkat, sehingga banyak pendatang yang berebut menjadi pebisnis ataupun pedagang-pedagang dari kalangan bawah, kalangan menengah, maupun kalangan atas.

Malang merupakan salah satu kota yang terkenal sebagai kota dingin, selain itu kota Malang juga dikenal sebagai kota pendidikan dan mempunyai berbagai jenis tempat wisata yang sering dikunjungi oleh berbagai macam daerah bahkan masyarakat di sekitar lingkungan Malang tersebut. Dengan adanya pendukung dari pihak setempat, maka tempat wisata yang berada di kota Malang semakin hari semakin berkembang. Jenis wisata yang ada di kota Malang merupakan wisata alam, edukasi dan kuliner. Kemajuan tempat wisata membuat kota Malang semakin ramai dikunjungi para wisatawan.

Mempelajari keputusan pembelian konsumen sangat penting bagi perusahaan, karena setiap pemasar wajib memahami isi pikiran konsumen. Bagi perusahaan itu sendiri untuk meraih kesuksesan bisnisnya harus bisa mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produsen mampu memberikan kepuasan tanpa mengenal konsumen. Sumarman (2011) menjelaskan bahwa konsumen adalah

mahluk sosial yang dipengaruhi dan mempengaruhi baik lingkungan sosial maupun lingkungan fisiknya.

4

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kebersihan dan sanitasi pasar terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional?
2. Bagaimana pengaruh Logistik terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional?
3. Bagaimana pengaruh komunikasi internal keputusan terhadap kepuasan pembelian di pasar tradisional?
4. Bagaimana pengaruh komunikasi Eksternal terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional?
5. Bagaimana pengaruh transportasi terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional?

## 1.3 Tujuan

1. Menjelaskan bagaimana pengaruh kebersihan dan sanitasi pasar terhadap keputusan pembelian.
2. Menjelaskan bagaimana pengaruh logistik terhadap keputusan pembelian.
3. Menjelaskan bagaimana pengaruh komunikasi internal terhadap keputusan pembelian.
4. Menjelaskan bagaimana pengaruh komunikasi eksternal terhadap keputusan pembelian.

5. Menjelaskan bagaimana pengaruh transportasi terhadap keputusan pembelian.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis dan peneliti  
Penulisan berharap akan dapat memberikan pengetahuan sebagai sumbangan ilmiah kepada pembaca dan peneliti.
2. Bagi pengusaha  
Memberi bantuan kepada perusahaan agar suatu saat dapat dijadikan acuan sebagai bahan untuk peneliti berikutnya.
3. Bagi pendidikan  
Sebagai hasil suatu karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana, dan pustaka bagi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
4. Bagi Universitas  
Hasil dari penelitian bisa dijadikan sebagai acuan perbandingan refrensi selanjutnya.

#### 1.5 Asumsi Penelitian

Asumsi yang dipergunakan dalam penelitian antara lain :

1. Lingkungan
2. Keputusan pembelian

#### 1.6 Definisi Operasional

**Variabel Independen (Bebas)**

Variabel X = Lingkungan

**Variabel Defenden (Terikat)**

Variabel Y = Keputusan pembelian



# PENGARUH LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR TRADISIONAL LANDUNGSARI KOTA MALANG

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	5%
2	digilib.unimed.ac.id Internet Source	2%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	adoc.pub Internet Source	1%
5	yustinrp19.blogspot.com Internet Source	1%
6	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	1%
7	jkp.ejournal.unri.ac.id Internet Source	1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
9	widyakarya.ac.id Internet Source	1%

10

id.123dok.com

Internet Source

1 %

---

11

jamursuryabali.wordpress.com

Internet Source

1 %

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

# PENGARUH LINGKUNGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PASAR TRADISIONAL LANDUNGSARI KOTA MALANG

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---