

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian**

Kabupaten Kulon Progo adalah sebuah Kabupaten yang terletak di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Kabupaten ini terdiri dari 12 Kecamatan yaitu Wates, Pengasih, Kokap, Panjatan, Temon, Galur, Sentolo, Nanggulan, Samigaluh, Kalibawang, Girimulyo dan Lendah. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Sleman dan Kabupaten Bantul di sebelah Timur, Samudra Hindia di sebelah Selatan, Kabupaten Purworejo di sebelah Barat, serta Kabupaten Magelang di sebelah Utara. Nama Kulon Progo berarti sebelah Barat sungai Progo (kata kulon dalam bahasa jawa artinya barat) kali Progo membatasi kabupaten ini di sebelah Timur.

Perkembangan pasar yang berada di Kulon Progo kini kian meningkat. Peningkatan ini dapat dilihat dari munculnya pasar swalayan yang semakin banyak dan menawarkan berbagai fasilitas. Di Kulon Progo terdapat 27 pasar tradisional, dimana masyarakat kini semakin tertarik untuk lebih berbelanja di pasar swalayan. Jarak tempuh antara pasar tradisional dan pasar swalayan di Kulon Progo tidak teralokasikan dengan baik karena hanya dengan beberapa meter saja konsumen dapat menempuh kedua pasar tersebut. Perkembangan ini menjadikan konsumen mempunyai pilihan tempat untuk

## B. Karakteristik Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan pengelompokan responden yang seluruhnya berjumlah 70 responden dengan karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan. Karakteristik responden selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut.

### 1. Jenis Kelamin

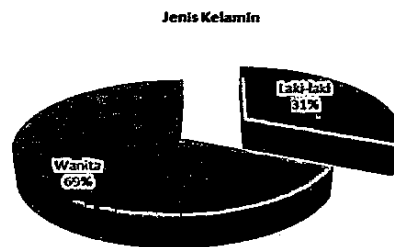
**Tabel 4.1**  
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Banyak responden	Prosentase
Laki-laki	22	31%
Wanita	48	69%
Total	70	100%

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 48 orang (69,0%), sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22 orang (31,0%).

Deskripsi mengenai jenis kelamin disajikan pada gambar berikut ini:



**Gambar 4.1**  
**Distribusi Jenis Kelamin Responden**

Berdasarkan diagram *pie* pada Gambar 4.1 diketahui bahwa responden sebagian besar dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebesar 48 orang (69,0%).

## 2. Usia Responden

**Tabel 4.2**

**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Responden**

Usia	Banyak Responden	Prosentase
< 17 tahun	0	0%
17-25 tahun	12	17%
26-35 tahun	32	46%
36-45 tahun	18	26%
> 45 tahun	8	11%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas responden terbanyak adalah dengan usia 26-35 tahun sebanyak 32 orang (46,0%), sedangkan responden yang paling sedikit dengan usia >45 tahun sebanyak 8 orang (11,0%).

Distribusi frekuensi responden disajikan pada gambar berikut ini:

Berdasarkan diagram *pie* pada Gambar 4.2 diketahui bahwa responden sebagian besar dengan usia 26-35 tahun sebanyak 32 orang (46,0%).

### 3. Pendidikan Terakhir Responden

**Tabel 4.3**

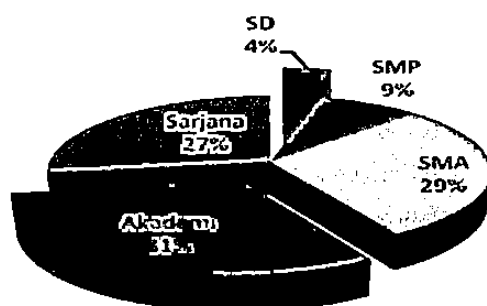
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden**

Pendidikan Terakhir	Banyak Responden	Prosentase
SD	3	4%
SMP	6	9%
SMA	20	29%
Akademi	22	31%
Sarjana	19	27%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.3 di atas responden terbanyak adalah dengan pendidikan terakhir akademi sebanyak 22 orang (31,0%), sedangkan responden yang paling sedikit dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 3 orang (4,0%).

Deskripsi mengenai pendidikan terakhir disajikan pada gambar berikut ini:



**Gambar 4.3**

**Distribusi Pendidikan Terakhir Responden**

Berdasarkan diagram *pie* pada Gambar 4.3 diketahui bahwa responden sebagian besar dengan pendidikan terakhir akademi sebanyak 22 orang (31,0%).

#### 4. Pekerjaan Responden

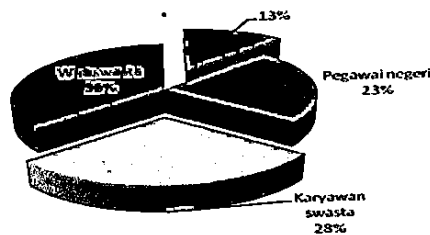
**Tabel 4.4**  
**Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Banyak Responden	Prosentase
Pelajar/mahasiswa	9	13%
Pegawai negeri	16	23%
Karyawan swasta	20	28%
Wiraswasta	25	36%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas responden terbanyak adalah dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 25 orang (36,0%), sedangkan responden yang paling sedikit dengan pelajar/Mahasiswa sebanyak 9 orang (13,0%).

Deskripsi mengenai pekerjaan responden disajikan pada gambar berikut ini :



**Gambar 4.4**  
**Distribusi Pekerjaan Responden**

Berdasarkan diagram *pie* pada Gambar 4.4 diketahui bahwa responden sebagian besar dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 25 orang (36,0%).

## 5. Penghasilan Responden

**Tabel 4.5**

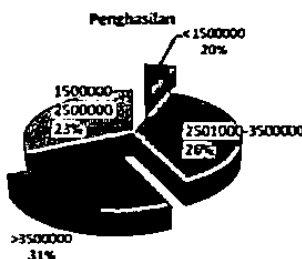
### Distribusi Frekuensi Berdasarkan Penghasilan Responden

Penghasilan	Banyak Responden	Prosentase
< Rp 1.500.000	14	20%
Rp 1500000-Rp 2500000	16	23%
Rp 2501000-Rp 3500000	18	26%
>Rp 3500000	22	31%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas responden terbanyak adalah dengan penghasilan >Rp. 3.500.000 sebanyak 22 orang (31,0%), sedangkan responden yang paling sedikit dengan penghasilan <Rp 1.500.000 sebanyak 14 orang (20%)

Diskripsi mengenai penghasilan responden disajikan pada gambar berikut ini:



**Gambar 4. 5**

Berdasarkan diagram *pie* pada Gambar 4.5 diketahui bahwa responden sebagian besar dengan penghasilan >Rp. 3.500.000 sebanyak 22 orang (31,0%).

### C. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian (kuesioner) harus memenuhi uji validitas dan reliabilitas sebelum digunakan untuk analisis lebih lanjut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 70 orang (n=70), dilaksanakan pada tanggal 12 Desember 2010.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas pertanyaan tentang evaluasi konsumen pada pasar swalayan dan pasar tradisional di uji dengan 24 butir pertanyaan. Hasil olah data uji validitas terhadap 30 responden menggunakan SPSS versi 15.0 for Windows ditunjukkan pada tabel 4.6

**Tabel 4.6**

#### **Uji Validitas Evaluasi Pasar Swalayan**

Faktor	Pasar Swalayan				Pasar Tradisional			
	Butir	R hitung	Nilai Sig	Keterangan	Butir	R hitung	Nilai Sig	Keterangan
Fasilitas	A1	0.669	0.000	Valid	A1	0.392	0.032	Valid
	A2	0.729	0.000	Valid	A2	0.487	0.006	Valid
	A3	0.853	0.000	Valid	A3	0.718	0.000	Valid
	A4	0.756	0.000	Valid	A4	0.588	0.001	Valid
	A5	0.609	0.000	Valid	A5	0.435	0.016	Valid
	A6	0.759	0.000	Valid	A6	0.711	0.000	Valid
	A7	0.434	0.017	Valid	A7	0.454	0.012	Valid

Faktor	Pasar Swalayan				Pasar Tradisional			
	Butir	R hitung	Nilai Sig	Keterangan	Butir	R hitung	Nilai Sig	Keterangan
Pelayanan karyawan	B1	0.557	0.001	Valid	B1	0.422	0.020	Valid
	B2	0.674	0.000	Valid	B2	0.503	0.005	Valid
	B3	0.555	0.001	Valid	B3	0.747	0.000	Valid
	B4	0.446	0.013	Valid	B4	0.477	0.008	Valid
Pelayanan Setelah Pembelian	C1	0.412	0.024	Valid	C1	0.889	0.000	Valid
	C2	0.522	0.003	Valid	C2	0.669	0.000	Valid
	C3	0.581	0.001	Valid	C3	0.633	0.000	Valid
	C4	0.499	0.005	Valid	C4	0.378	0.040	Valid
Merchandise	D1	0.907	0.000	Valid	D1	0.501	0.005	Valid
	D2	0.569	0.001	Valid	D2	0.406	0.026	Valid
	D3	0.786	0.000	Valid	D3	0.696	0.000	Valid
	D4	0.925	0.000	Valid	D4	0.602	0.000	Valid
Harga	E1	0.893	0.000	Valid	E1	0.683	0.000	Valid
	E2	0.698	0.000	Valid	E2	0.686	0.000	Valid
Promosi	F1	0.791	0.000	Valid	F1	0.84	0.000	Valid
	F2	0.773	0.000	Valid	F2	0.842	0.000	Valid
	F3	0.82	0.000	Valid	F3	0.842	0.000	Valid

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 3

Berdasarkan hasil uji validitas instrument, dapat dilihat pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua item untuk menguji validitas evaluasi pasar swalayan dan pasar tradisional mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari 5%, sehingga dapat disimpulkan seluruh butir pertanyaan pada masing-masing variabel dinyatakan valid serta kuesioner tersebut ditetapkan layak untuk mengukur variabel penelitian.



## 2. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas kuesioner untuk semua variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.7

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Alpha	
	Pasar Swalayan	Pasar Tradisional
Fasilitas	0.809	0.604
Pelayanan Konsumen	0.882	0.738
Pelayanan Setelah Pembelian	0.630	0.869
<i>Merchandise</i>	0.823	0.712
Harga	0.697	0.718
Promosi	0.708	0.706

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 3

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diketahui bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 yang berarti instrumen yang berupa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel. Dengan demikian kuesioner ini telah memenuhi kriteria valid dan reliabel sehingga kuesioner ini dapat digunakan untuk analisis lebih

## D. Analisis Sikap

### 1. Analisis Keyakinan Konsumen Atribut Timbangan Pada Pasar Swalayan dan Pasar Tradisional

Hasil rata-rata timbangan atribut pasar untuk pasar swalayan dan pasar tradisional dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.8**

**Nilai Atribut dari Variabel Keyakinan Konsumen pada Pasar Swalayan**

No	Atribut	SS	S	RR	TS	STS	Rata-rata Timbangan
		2	1	0	-1	-2	
1	Fasilitas /A	95	273	105	17	0	0.91
2	Pelayanan Karyawan /B	37	154	81	8	0	0.78
3	Pelayanan Setelah Pembelian/ C	31	114	76	59	0	0.41
4	Merchandise/D	15	152	97	16	0	0.59
5	Harga/E	4	60	47	29	0	0.27
6	Promosi/F	5	85	76	44	0	0.24

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.8 diketahui nilai atribut yang diyakini oleh responden sangat baik adalah fasilitas sebesar 0.91. Sedangkan atribut yang diyakini oleh responden sangat buruk adalah promosi sebesar 0,24. Hasil tersebut menunjukkan rata-rata keyakinan konsumen terhadap pasar swalayan pada atribut fasilitas sangat

Tabel 4.9

**Nilai Atribut dari Variabel Keyakinan Konsumen pada Pasar Tradisional**

No	Atribut	SS	S	RR	TS	STS	Rata-rata Timbangan
		2	1	0	-1	-2	
1	Fasilitas /A	18	96	183	183	10	-0.14
2	Pelayanan Karyawan /B	16	94	138	29	3	0.32
3	Pelayanan Setelah Pembelian C	14	68	105	93	0	0.01
4	Merchandise/D	2	38	118	122	0	-0.28
5	Harga/E	15	48	63	14	0	0.45
6	Promosi/F	0	3	49	158	0	-0.73

Sumber: Data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.9 diketahui nilai atribut yang diyakini oleh responden sangat baik adalah harga sebesar 0,45. Sedangkan atribut yang diyakini oleh responden sangat buruk adalah promosi sebesar -0,73. Hasil tersebut menunjukkan rata-rata keyakinan konsumen terhadap pasar tradisonal tertarik pada atribut harga yang ditawarkan oleh pasar tradisonal.

**2. Analisis Evaluasi Konsumen Atribut Timbangan pada Pasar Swalayan dan Pasar Tradisional**

Tabel 4.10

**Nilai Atribut dari Variabel Evaluasi Pasar Swalayan**

No	Atribut	SS	S	RR	TS	STS	Rata-rata Timbangan
		2	1	0	-1	-2	
1	Fasilitas /A	113	285	57	35	0	0.97
2	Pelayanan Karyawan /B	49	168	35	26	2	0.84

No	Atribut	SS	S	RR	TS	STS	Rata-rata Timbangan
		2	1	0	-1	-2	
3	Pelayanan Setelah Pembelian C	19	117	62	81	1	0.51
4	Merchandise/D	19	186	50	25	0	0.71
5	Harga/E	9	74	27	30	0	0.44
6	Promosi/F	0	67	60	83	0	-0.07

Sumber: Data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.10 diketahui nilai timbangan dari atribut variabel evaluasi konsumen pada pasar swalayan menurut persepsi responden atribut yang sangat baik sesuai dengan kondisi riil pasar swalayan di Kulon Progo adalah fasilitas sebesar 0,97 sedangkan atribut yang dianggap sangat buruk oleh konsumen adalah atribut promosi sebesar -0,07. Hasil tersebut menunjukkan rata-rata evaluasi konsumen terhadap pasar swalayan tertarik pada atribut fasilitas yang ditawarkan oleh pasar swalayan.

**Tabel 4.11**

**Nilai Atribut dari Variabel Evaluasi Pasar Tradisional**

No	Atribut	SS	S	RR	TS	STS	Rata-rata Timbangan
		2	1	0	-1	-2	
1	Fasilitas /A	24	84	114	260	8	-0.29
2	Pelayanan Karyawan /B	22	153	72	33	0	0.58
3	Pelayanan Setelah Pembelian C	15	60	69	128	8	-0.19
4	Merchandise/D	1	79	76	117	7	-0.17
5	Harga/E	44	63	25	8	0	1.02
6	Promosi/F	0	1	32	177	0	-0.83

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.11 diketahui nilai timbangan dari atribut variabel evaluasi konsumen pada pasar tradisional yang menurut persepsi responden atribut yang baik sesuai secara riil pasar tradisional di Kulon Progo adalah atribut harga sebesar 1,02 dan sedangkan atribut yang dianggap sangat buruk oleh konsumen adalah atribut promosi sebesar -0,83. Hasil tersebut menunjukkan rata-rata evaluasi konsumen terhadap pasar tradisional tertarik pada atribut harga yang ditawarkan oleh pasar tradisional.

**a. Analisis Indeks Sikap Pada Pasar Swalayan**

**Tabel 4.12**

**Indeks Sikap Konsumen pada Pasar Swalayan**

No	Atribut	Keyakinan	Evaluasi	Indek sikap( $bi \cdot ei$ )
		bi	ei	
1	Fasilitas /A	0.91	0.97	0.8827
2	Pelayanan Karyawan /B	0.78	0.84	0.6552
3	Pelayanan Setelah Pembelian C	0.41	0.51	0.2091
4	Merchandise/D	0.59	0.71	0.4189
5	Harga/E	0.27	0.44	0.1188
6	Promosi/F	0.24	-0.07	-0.0168
				2.2679

Sumber: Data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut Tabel 4.12 diketahui indeks sikap pada pasar swalayan dari 6 atribut sebesar 2,2679. Berdasarkan

Indeks sikap atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen yaitu

atribut fasilitas 0,8827 sedangkan atribut yang dianggap tidak penting adalah atribut promosi sebesar -0,0168. Hasil tersebut menunjukkan rata-rata indeks sikap konsumen terhadap pasar swalayan tertarik pada atribut fasilitas

**Tabel 4.13**

**Menentukan Indeks Sikap Konsumen pada Pasar Swalayan**

Atribut	Keyakinan	Evaluasi	Total (bixei)
	bi	ei	
Fasilitas /A	2	0.97	1.94
Pelayanan Karyawan /B	2	0.84	1.68
Pelayanan Setelah Pembelian /C	2	0.51	1.02
Merchandise/D	2	0.71	1.42
Harga/E	2	0.44	0.88
Promosi/F	2	-0.07	-0.14
			6.80

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan perhitungan Tabel 4.13 di atas digunakan untuk menentukan nilai skor maksimal yaitu dengan mengalikan skor maksimal sebesar 2 dengan rata-rata timbangan untuk evaluasi pasar swalayan. Total skor maksimal diperoleh sebesar 6,80. Angka ini digunakan untuk menentukan rentang skor dalam penentuan kriteria Indeks sikap yang terdiri dari sangat baik, baik, ragu-ragu, buruk, sangat buruk.

Ditentukan kriteria Indeks sikap pasar swalayan adalah

**Tabel 4.14**  
**Rentang Skor Pasar Swalayan**

Rentang Skor	-2 (sangat buruk)	-1(buruk)	0(ragu-ragu)	+1(baik)	+2(sangat baik)
Rentang nilai	-6.80	-3.40	0	3.40	6.80

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai 2,2679 (lihat Tabel 4.12) pada pasar swalayan berada pada rentang skor baik. Berarti pasar swalayan mempunyai sikap yang positif di benak konsumen sebagai tempat untuk berbelanja.

**b. Analisis Indeks Sikap pada Pasar Tradisional**

**Tabel 4.15**  
**Indeks Sikap Konsumen pada Pasar Tradisional**

No	Atribut	Keyakinan	Evaluasi	Indek sikap( $bi \cdot ei$ )
		bi	ei	
1	Fasilitas /A	-0.14	-0.29	0.0406
2	Pelayanan Konsumen /B	0.32	0.58	0.1856
3	Pelayanan Setelah Pembelian C	0.01	-0.19	-0.0019
4	Merchandise/D	-0.28	-0.17	0.0476
5	Harga/E	0.45	1.02	0.459
6	Promosi/F	-0.73	-0.83	0.6059
				1.3368

Sumber: Data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut Tabel 4.15 diketahui

indeks sikap konsumen pada pasar tradisional dari 6 atribut sebesar 1.3368

Berdasarkan Indeks sikap atribut yang dianggap paling penting oleh konsumen yaitu atribut promosi 0,6059 sedangkan atribut yang dianggap tidak penting adalah atribut pelayanan setelah pembelian sebesar -0,0019. Hasil tersebut menunjukkan rata-rata indeks sikap konsumen terhadap pasar tradisional tertarik pada atribut pelayanan konsumen.

**Tabel 4.16**

**Menentukan Indeks Sikap Konsumen pada Pasar Tradisional**

Atribut	Keyakinan	Evaluasi	Total (bixei)
	bi	ei	
Fasilitas /A	2	-0.29	-0.58
Pelayanan Karyawan /B	2	0.58	1.16
Pelayanan Setelah Pembelian /C	2	-0.19	-0.38
Merchandise/D	2	-0.17	-0.34
Harga/E	2	1.02	2.04
Promosi/F	2	-0.83	-1.66
			0.24

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan perhitungan Tabel 4.16 di atas digunakan untuk menentukan nilai skor maksimal yaitu dengan mengalikan skor maksimal sebesar 2 dengan rata-rata timbangan untuk evaluasi pasar tradisional. Total skor maksimal diperoleh sebesar 0,24. Angka ini digunakan untuk menentukan rentang skor dalam penentuan kriteria Indeks sikap yang terdiri dari sangat baik, baik, ragu-ragu, buruk, sangat buruk

Ditentukan kriteria Indeks sikap pasar tradisional adalah



**Tabel 4.17**  
**Rentang Skor Pasar Tradisional**

Rentang Skor	-2 (sangat buruk)	-1(buruk)	0(ragu-ragu)	+1(baik)	+2(sangat baik)
Rentang nilai	-0.24	-0.12	0	0.12	0.24

Sumber: data diolah, 2011, lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui bahwa nilai 1,3368 (lihat Tabel 4.15) pada pasar tradisional berada pada rentang skor sangat baik. Berarti pasar tradisional mempunyai sikap yang positif di benak konsumen sebagai tempat untuk berbelanja.

#### **E. Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai Indeks sikap konsumen pada pasar swalayan sebesar 2,2679. Nilai tersebut terdapat pada kriteria yang baik. Artinya bahwa atribut-atribut yang disediakan oleh pasar swalayan yang terdapat di Kabupaten Kulon Progo mendapatkan respon yang baik oleh konsumen. Fasilitas lengkap yang disediakan di pasar swalayan membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja.

Sedangkan hasil analisis Indeks sikap pada pasar tradisional sebesar 1,3368. Nilai tersebut terdapat pada kriteria sangat baik. Artinya bahwa atribut-atribut yang disediakan oleh pasar tradisional juga mendapatkan respon yang sangat baik. Promosi yang selalu diadakan di pasar tradisional

... nilai Indeks sikap membuat konsumen merasa nyaman berbelanja di

Atribut paling penting pertama yang dianggap oleh konsumen terhadap pasar swalayan adalah fasilitas, Fasilitas yang lengkap seperti ruangan ac, display yang disediakan di pasar swalayan membuat konsumen merasa dimanjakan saat berbelanja. Kedua adalah pelayanan karyawan, Pelayanan karyawan yang ramah dan sopan membuat konsumen merasa senang berkunjung dan berbelanja di pasar swalayan. Ketiga adalah *Merchandise*, persediaan barang yang lengkap memudahkan konsumen dalam mencari barang kebutuhannya. Keempat adalah pelayanan setelah pembelian, karena dengan ketelitian, kecepatan dan ketepatan dalam perhitungan membuat konsumen merasa yakin pada pasar swalayan. Kelima adalah harga, harga yang variatif membuat konsumen dapat memilih harga sesuai dengan yang diinginkan. Berikutnya atribut keenam yaitu promosi, promosi yang diadakan seperti memberikan hadiah yang menarik, serta jumlah hadiah yang banyak akan semakin membuat konsumen tertarik pada pasar swalayan.

Atribut yang paling penting untuk pasar tradisional yang pertama adalah promosi, promosi yang sering dilakukan di pasar tradisional membuat konsumen tertarik mengunjungi pasar tradisional. Kedua adalah harga, harga yang murah membuat konsumen selalu berbelanja di pasar tradisional. Ketiga adalah pelayanan konsumen, pelayanan yang ramah dan komunikatif dapat membuat konsumen merasa senang untuk berbelanja dipasar tradisional. Keempat adalah *merchandise*, persediaan barang yang lengkap dan bervariasi memudahkan konsumen dalam mencari barang kebutuhannya. Kelima adalah fasilitas dan atribut keenam adalah pelayanan setelah pembelian