

PENGARUH KDS SITUBONDO TERHADAP DAYA TARIK KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BERBELANJA FASHION PADA BULAN RAMDAHAN

Nanik Hariyana, S.Pd, MM
hariyana.nanik@yahoo.com
Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

ABSTRACT

Based on the above understanding, it can be concluded that the shopping center is a commercial building complex that is designed and planned along with retailers and supporting facilities to provide comfort in the trading activities that it holds. Trade activities in this modern shopping center are not accompanied by bargaining on goods such as traditional markets. A modern shopping center is a shopping center with a self service system or serviced by a salesperson, selling various types of goods in retail. Modern shopping centers usually consist of tenants who are rented to businesses and anchor tenants in the form of Situbondo peer support groups or supermarkets.

Keywords: KDS Situbondo, Purchase Decision

I. PENDAHULUAN

Pengertian dari pusat perbelanjaan adalah kompleks toko ritel dan fasilitas yang direncanakan sebagai kelompok terpadu untuk memberikan kenyamanan berbelanja yang maksimal kepada pelanggan dan pentaan barang dagangan yang terekspose secara maksimal²⁴ . Menurut International Council of Shopping center (ICSC) tahun 2013, Pusat perbelanjaan sendiri memiliki arti sekelompok pengusaha eceran (retailer) dan kegiatan komersil lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dioperasikan dalam satu unit bisnis, pada umumnya menyediakan tempat parkir. Menurut situs online Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun 2012, pusat perbelanjaan adalah tempat yang diperuntukkan bagi pertokoan yang mudah dikunjungi pembeli berbagai lapisan masyarakat. Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112

Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern menyebutkan bahwa pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan pusat perbelanjaan adalah suatu kompleks bangunan komersil yang dirancang dan direncanakan beserta retail-retail dan fasilitas pendukungnya untuk memberikan kenyamanan dalam aktifitas perdagangan yang diwadahnya. Aktifitas perdagangan dalam pusat perbelanjaan modern ini tidak disertai tawar menawar barang seperti halnya pasar tradisional.

Pusat perbelanjaan modern merupakan pusat perbelanjaan dengan sistem pelayanan mandiri atau dilayani pramuniada, menjual berbagai jenis barang secara eceran. Pusat perbelanjaan modern biasanya terdiri dari tenant-tenant yang disewakan kepada pelaku usaha serta terdapat anchor tenant yang berupa KDS Situbondo atau supermarket.

Rumusan Masalah

Masalah penelitian yang di kembangkan di sini adalah faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen melakukan kegiatan belanja dalam bulan puasa menjelang hari raya di KDS Situbondo. Maka dari itu dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Pengaruh KDS Situbondo Terhadap Daya Tarik Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Berbelanja Fashion Pada Bulan Ramadhan

1. Apakah KDS Situbondo berpengaruh terhadap Daya Tarik Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Berbelanja Fashion Pada Bulan Ramadhan?
2. Apa saja keistimewaan KDS Situbondo?

Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka secara rinci tujuan dari ini adalah:

1. Untuk mengetahui Apakah KDS Situbondo berpengaruh terhadap Daya Tarik Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Berbelanja Fashion Pada Bulan Ramadhan?

2. Untuk mengetahui Apa saja keistimewaan KDS Situbondo?

Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang bisa diperoleh oleh penelitian ini adalah

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan ilmu pengetahuan dengan memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa melalui Pengaruh KDS situbondo terhadap daya tarik konsumen dalam keputusan pembelian berbelanja fashion pada bulan ramdahan.
2. Memberikan kontribusi atau masukan bagi Pemerintah dalam untuk ikut serta berpartisipasi dalam mendukung perkembangan KDS Situbondo.

Menambah khazanah penelitian khususnya perilaku konsumen dalam keputusan pembelian berbelanja fashion pada KDS Situbon

2. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pusat Perbelanjaan Modern

Pengertian dari pusat perbelanjaan adalah kompleks toko ritel dan fasilitas yang direncanakan sebagai kelompok terpadu untuk memberikan kenyamanan berbelanja yang maksimal kepada pelanggan dan pentaan barang dagangan yang terekspose secara maksimal.

Menurut *International Council of Shopping center (ICSC)* tahun 2013, Pusat perbelanjaan sendiri memiliki arti sekelompok pengusaha eceran (retailer) dan kegiatan komersil lainnya yang direncanakan, dikembangkan,

dimiliki, dan dioperasikan dalam satu unit bisnis, pada umumnya menyediakan tempat parkir. Menurut situs online Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun 2012, pusat perbelanjaan adalah tempat yang diperuntukkan bagi pertokoan yang mudah dikunjungi pembeli berbagai lapisan masyarakat.

Fungsi pusat perbelanjaan

Sebagai fungsi ekonomi, yaitu sebagai pendukung dinamisasi perekonomian kota dan wadah penampungan dan penyaluran produksi

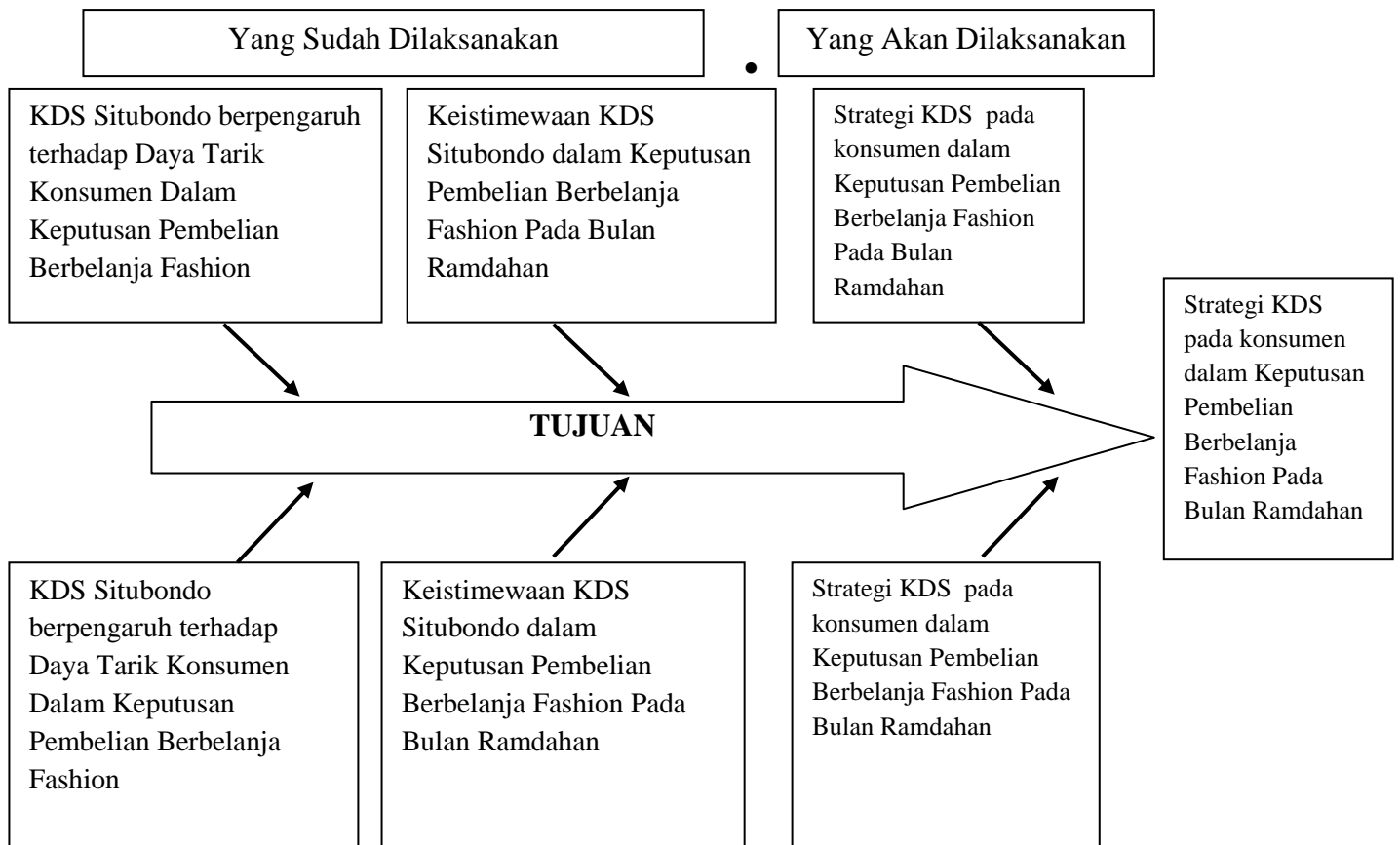
dari produsen untuk kebutuhan masyarakat (konsumen).

Fasilitas pendukung pusat perbelanjaan

Fasilitas pendukung pada pusat perbelanjaan yaitu26 :

- a. Fasilitas Perbelanjaan
- b. Fasilitas yang biasanya ada dibedakan menurut

Road Map (Peta jalan) Penelitian



3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan segala sesuatu yang mencakup tentang pendekatan yang

digunakan dalam penelitian. Penelitian ini bersifat eksploratif dan deskriptif kuantitatif dan kualitatif yang memberikan gambaran umum toko fashion KDS di Kabupaten

Situbondo dengan demikian diharapkan dapat mengetahui variabel-variabel terhadap fenomena yang diteliti secara mendalam. Penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi dengan pendekatan kuantitatif matematis dalam pengaruh KDS situbondo terhadap daya tarik konsumen dalam keputusan pembelian berbelanja fashion pada bulan ramdahan kemudian mengidentifikasi posisi strategis KDS Situbondo maka di gunakan pendekatan matrik *Strenght, Opportunity and Threat* SWOT. Untuk merumuskan rekomendasi kebijakan akan digunakan pendekatan kualitatif yang dikuantifikasikan dalam bentuk *analytical hierarchy process* yang berusaha menangkap persepsi *expertise* mengenai pengembangan pusat pembelanjaan masyarakat yaitu KDS yang ada di Kabupaten Situbondo.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di KDS Situbondo. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa KDS Situbondo banyak dikunjungi masyarakat Situbondo maupun luar Situbondo.

Subyek dan Obyek penelitian

Subyek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sampel dalam penelitian. Dalam studi ini yang menjadi subyek penelitian adalah seluruh pengunjung KDS yang melakukan pembelian di KDS Kabupaten Situbondo dengan Responden yang analisis menggunakan metode kualitatif. Objek penelitian merupakan apa yang hendak

diselidiki dalam penelitian. Dalam studi ini objek penelitiannya adalah Pengaruh KDS Situbondo terhadap daya tarik konsumen dalam keputusan pembelian berbelanja fashion pada bulan ramdahan', Fasilitas apa sajakah yang bisa kita dapatkan jika berkunjung di KDS Situbondo.

Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono: 2009: 60). Jadi yang dimaksud dengan variabel penelitian dalam penelitian ini adalah segala sesuatu sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan.

Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam analisis SWOT terdiri dari:

1. Kekuatan (*strengths*) yaitu kondisi kekuatan yang ada dalam fasilitas i yang di tonjolkan pada KDS Situbondo.
2. Kelemahan (*weakness*) yaitu kondisi kelemahan yang ada dalam KDS Situbondo yang terdiri dari: Toilet, Mushola sehingga membuat pengunjung tergesa-gesa dalam berebelanja.
3. Peluang (*opportunities*) yaitu kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi pada KDS situbondo yang terdiri

dari: ekonomi nasional, pendapatan masyarakat, infrastruktur, jumlah penduduk, subsidi, dukungan pemerintah, persaingan;

4. Ancaman (threats) yaitu kondisi yang mengancam dari luar KDS Situbondo yang terdiri dari: lingkungan, pesaing, jika tidak segera di tangani maka konsumen akan pindah ke tempat pusat pertokoan lain.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer kuantitatif dan kualitatif yang diperoleh dengan melakukan survei lapangan serta data sekunder sebagai supporting data berupa existing statistic data.

1. Data Primer. Data ini diperoleh melalui survei lapangan (face to face interview).
2. Data Sekunder. Pengumpulan data yang berupa existing statistic data dilakukan dengan mengumpulkan data-data statistik daerah yang berasal dari jawaban responden konsumen pembeli yang berkunjung di KDS Situbondo.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dengan membagikan kuisioner yang dirumuskan secara terstruktur, sistematis serta pemilihan responden yang representatif dan expert pada

Tabel 4.1 Analisis SWOT

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
Internal : 1. Strength (S) 2. Weakness (W)	S1 (0,0-1,0) W1 (0,0-1,0)	S2 (1-4) W2 (1-4)	S1 x S2 = S3 W1 x W2 =W3

permasalahan, sehingga memungkinkan data yang diisi merupakan data yang telah mempunyai nilai obyektivitas yang tinggi sesuai dengan pengetahuan atau pengertian maupun persepsi individu tentang obyek sikap (kognitif) karena pengalaman, lama bekerja atau dalam menghadapi persoalan yang diteliti. penelitian ini data yang digunakan menggunakan metode kualitatif.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Arikunto (2006:130) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di KDS Situbondo sekaligus menjadi sampel penelitian yang dianalisis menggunakan metode kualitatif.

Teknik Analisis Data

Secara spesifik, sesuai dengan tujuan penelitian akan digunakan beberapa alat analisis baik melalui metode kualitatif maupun kuantitatif yang diharapkan mampu menjawab permasalahan dan tujuan yang akan dicapai. Proses penyusunan perencanaan strategis melalui tiga tahap analisis, yaitu:

1. Tahap pengumpulan data (evaluasi faktor eksternal dan internal)
2. Tahap analisis (Matriks SWOT, Matriks Internal dan Eksternal)
3. Tahap pengambilan keputusan

Total	1,0		
Eksternal :	O1 (0,0-1,0)	O2 (1-4)	O1 x O2 = O3
1. Opportunity (O)	T1 (0,0-1,0)	T2 (1-4)	T1 x T2 = T3
2. Threats (T)			
Total	1,0		

Sumber : Fredy Rangkuti, (2009 : 23)

Keterangan :

1. Bobot dari internal dan eksternal antara 0,0 sampai dengan 1,0
2. Rating dari internal dan eksternal antara 1 sampai 4

Nilai dari internal dan eksternal adalah hasil perkalian antara bobot dengan rating.

4. HASIL PENELITIAN

KDS Situbondo berpengaruh terhadap Daya Tarik Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Berbelanja Fashion Pada Bulan Ramadhan

Menurut *International Council of Shopping center (ICSC)* tahun 2013, Pusat perbelanjaan sendiri memiliki arti sekelompok pengusaha eceran (retailer) dan kegiatan komersil lainnya yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki, dan dioperasikan dalam satu unit bisnis, pada umumnya menyediakan tempat parkir. Menurut situs online Kamus Besar Bahasa Indonesia tahun 2012, pusat perbelanjaan adalah tempat yang diperuntukkan bagi pertokoan yang mudah dikunjungi pembeli berbagai lapisan masyarakat.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern menyebutkan bahwa pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal dari satu atau

beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan barang.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan pusat perbelanjaan adalah suatu kompleks bangunan komersil yang dirancang dan direncanakan beserta retail-retail dan fasilitas pendukungnya untuk memberikan kenyamanan dalam aktifitas perdagangan yang diwadahnya. Aktifitas perdagangan dalam pusat perbelanjaan modern ini tidak disertai tawar menawar barang seperti halnya pasar tradisional. Pusat perbelanjaan modern merupakan pusat perbelanjaan dengan system pelayanan mandiri atau dilayani pramuniada, menjual berbagai jenis barang secara eceran. Pusat perbelanjaan modern biasanya terdiri dari tenant-tenant yang disewakan kepada pelaku usaha serta terdapat *anchor tenant* yang berupa departement store atau supermarket.

Fasilitas keistimewaan KDS Situbondo

Fasilitas KDS Situbondo

Dari hasil jawaban responden yang dianalisis secara kualitatif bahwa letak KDS Situbondo sangat strategis karna untuk masuk ketempat wisata ini pengunjung bisa menjangkau nya dengan mudah, sehingga Letak KDS Situbondo berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih

tokofashion yang ada di kabupaten situbondo.

Karena letak yang strategis itulah yang membuat KDS Situbondo sebagai salah satu tujuan konsumen untuk kegiatan berbelanja fashion. Terhampar di pinggir jalan utama Situbondo membuat para konsumen mudah menjangkau karna letak nya yang startegis.

Keistimewaan KDS Situbondo

Dari hasil jawaban responden yang dianalisis secara kualitatif bahwa Salah satu keunggulan utama KDS Situbondo ada pada kelengkapan ju anak hingga dewasa, selain itu juga ada permainan-permainan anak-anak serta cafe-cafe sehingga membuat konsumen tertarik berbelanja di KDS Situbondo.

Fasilitas yang bisa di dapatkan jika berkunjung di KDS Situbondo

Dari hasil jawaban responden yang dianalisis secara kualitatif bahwa fasilitas yang bisa di dapatkan jika berkunjung di Pantai Patek adalah Berbagai macam dianatara nya: tempat parkir yang nyaman buat pengendara sepeda motor, ruangan ber AC, kelengkapan kebutuhan yang di cari dengan harga yang menjangkau masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan yang pertama Bagaimana dengan letak KDS Situbondo, kedua Apa saja keistimewaan di KDS Situbondo, ketiga Fasilitas apa sajakah yang bisa kita dapatkan jika berkunjung di KDS Situbondo.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode kualitatif adalah :

1. letak KDS Situbondo sangat strategis karna untuk masuk ketempat toko ini pengunjung bisa menjangkau nya dengan mudah, sehingga letak KDS Situbondo berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih tokofashion yang ada di kabupaten situbondo.
2. KDS Situbondo satu-satunya toko fashion terbesar di daerah kabupaten situbondo dengan kelengkapan kebutuhan fashion maupun kebutuhan konsumen yang lain.
3. Beragam hiburan seperti taman bermain anak-anak dan game serta cafe-cafe di area KDS Situbondo sehingga menjadi tempat favorit anak-anak dan remaja serta orang tua.

Saran

Saran yang diberika kepada peneliti selanjutnya adalah :

1. Sebaiknya jumlah responden lebih banyak dalam kurun waktu penelitian yang cukup lama.
2. Perlu adanya dukungan campur tangan pemerintah dalam mempromosikan KDS Situbondo.
3. Penambahan fasilitas pendukung seperti melengkapai toilet, lahan partkir untuk pengunjung dan mushola serta memberikan pengarahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi. Cetakan IV.* Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, edisi revisi VI.* Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. 2005, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, edisi 3,* BP. UNDIP.
- Belch dan Belch. 2004 *Selebriti Opinion Leader.* (<http://www.scribd.com/doc/Δ>). [19 November 2004]
- Braharja, Mavi. 2008. *Macam Media Komunikasi Grafis per 1 Februari 2008.* <http://www.mavibraharja.com> [19 November 2008]
- Badan Pusat Statistik 2015
- Buda R. And Y. Zhang. 2000. *Consumer Product Evaluation: The Interactive Effect of Messeage Framing, Presentation Order, and Source Credibility, Journal of Product and Brand Management, Vol. 9, No. 4:229-242.*
- Bovee dan Arens , 1986, *lima fungsi dari sebuah iklan ,* Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Byrne, Barbara M. 1998, *Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications and Programming.* LEA, New Jersey.
- Chairur, Heru. 2003. *Pengaruh Pesan Iklan Sabun Cuci di Televisi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Kecamatan Patrang Jember).* (tesis yang tidak dipublikasi).
- Churchill, Gilbert A. and Carol Suprenant. 1982, "An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, 19 (November), 491-504.
- Cravens, 1991. *keputusan pemilihan target pasar,* Jakarta : PT Rineka Cipta