

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
KONSUMEN DALAM BERBELANJA DI TOKO MODERN DAN PASAR
TRADISIONAL DI KECAMATAN NGAGLIK**

Oleh

Pulung Bagas Wijonarko

20/458670/GE/09353

ABSTRAK

Fenomena berkembangnya toko modern memberikan masyarakat alternatif tambahan untuk berbelanja selain di pasar tradisional. Hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan preferensi masyarakat dalam memilih lokasi berbelanja, di mana sebagian cenderung memilih toko modern, sementara yang lain cenderung memilih pasar tradisional.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui karakteristik konsumen yang berbelanja di toko modern dan pasar tradisional di Kecamatan Ngaglik, (2) mengidentifikasi preferensi konsumen dalam berbelanja di toko modern dan pasar tradisional di Kecamatan Ngaglik, serta (3) mengidentifikasi faktor dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di toko modern dan pasar tradisional di Kecamatan Ngaglik. Untuk mencapai tujuan 1 dan 2, dilakukan metode analisis statistik deskriptif dan untuk mencapai tujuan 3, dilakukan metode analisis regresi logistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan paling mencolok dalam karakteristik konsumen saat berbelanja terletak pada umur, tingkat pendidikan terakhir, dan pengeluaran rata-rata perbulan. Berdasarkan hal tersebut, konsumen muda, berpendidikan tinggi, dan berpengeluaran tinggi lebih cenderung memilih toko modern, sedangkan konsumen yang lebih tua, berpendidikan rendah, dan berpengeluaran rendah cenderung memilih pasar tradisional. Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan berbelanja di toko modern adalah sumber informasi, sementara di pasar tradisional adalah produk. Hal ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan selanjutnya agar tidak merugikan pihak manapun.

Kata Kunci: Berbelanja, Toko Modern, Pasar Tradisional, Kecamatan Ngaglik

***FACTORS INFLUENCING CONSUMER PREFERENCES IN SHOPPING
AT MODERN STORES AND TRADITIONAL MARKETS IN NGAGLIK
DISTRICT***

By

Pulung Bagas Wijonarko

20/458670/GE/09353

ABSTRACT

The phenomenon of the growth of modern stores provides the public with additional alternatives for shopping beyond traditional markets. This development has led to differences in consumer preferences when choosing shopping locations, with some opting for modern stores while others prefer traditional markets.

This study aims to (1) examine the characteristics of consumers who shop in modern stores and traditional markets in Ngaglik District, (2) identify consumer preferences for shopping in modern stores and traditional markets in Ngaglik District, and (3) determine the dominant factors influencing consumer decisions in choosing between modern stores and traditional markets in Ngaglik District. To achieve objectives 1 and 2, descriptive statistical analysis was employed, while logistic regression analysis was used to achieve objective 3.

The findings reveal that the most significant differences in consumer characteristics when shopping lie in age, level of education, and average monthly expenditure. Younger, highly educated consumers with higher expenditures tend to prefer modern stores, while older, less educated consumers with lower expenditures are more inclined toward traditional markets. The most dominant factor influencing shopping decisions in modern stores is the source of information, whereas product availability is the key factor for traditional markets. These findings can serve as a reference for local governments in formulating future policies to ensure that no parties are disadvantaged.

Keywords: *Shopping, Modern Stores, Traditional Markets, Ngaglik District*