

Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berdagang Pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok

¹ Sulaiman, ² Suparjono

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
E-mail: ¹ dosen01902@unpam.ac.id, ² dosen01533@unpam.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine what factors influence interest in trading at the Reni Jaya Lama Traditional Market in Pondok Petir, Depok City. This research uses quantitative methods, the population in this research is 54 market traders. The sampling technique used was a saturated sample, that is, all members of the population of 54 people were used as respondents. The data collection methods used are observation and questionnaires, the data analysis methods used are descriptive analysis and quantitative analysis. There are twenty-four variables used in this research which are thought to influence trading interest. The quantitative analysis used is factor analysis techniques including, KMO and Barlett's Test, Anti Image Correlation, Total Variance Explained, Component Matrix and Rotated Component Matrix, and Component transformation Matrix. The results of this research are the formation of five factors from sixteen variables that influence interest in trading at the Reni Jaya Lama Traditional Market, Pondok Petir, Depok City, namely: Freedom to Work, Independence and Opportunity to Make a Profit; Factors of Encouragement and Assistance from Family/Family; Place and Facilities Support Factors; Factors of Having Business Competence and Experience; and Hobby and Interest Factors. The five factors produced in the analysis were able to explain 93.317% of the factors influencing interest in trading at the Reni Jaya Lama Traditional Market in Pondok Petir, Depok City. Meanwhile, the remaining 6.683% is explained by other factors not studied.

Keywords: Interest in Trading, Traditional Market.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu para pedagang pasar yang berjumlah 54 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh yaitu semua anggota populasi sebanyak 54 orang dijadikan responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan angket/kuesioner, metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak dua puluh empat yang diduga berpengaruh terhadap minat berdagang. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah teknik analisis faktor meliputi, KMO and Barlett's Test, Anti Image Correlation, Total Variance Explained, Component Matrix and Rotated Component Matrix, dan Component transformation Matrix. Hasil penelitian ini adalah terbentuknya lima faktor dari enam belas variabel yang mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok yaitu Faktor Kebebasan Bekerja, Mandiri dan Peluang memperoleh Keuntungan; Faktor Dorongan dan Bantuan dari Keluarga/Famili; Faktor Dukungan Tempat dan Fasilitas; Faktor Memiliki Kompetensi dan Pengalaman Berbisnis; dan Faktor Hobi dan Kegemaran. Lima faktor yang dihasilkan dalam analisis mampu menjelaskan 93,317% dari faktor-aktor yang mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok. Sedangkan sisanya 6,683% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Minat Berdagang, Pasar Tradisional.

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan tempat para pedagang dan pembeli bertemu untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari khususnya kebutuhan makanan dan pakaian yang diperlukan setiap hari. Pada umumnya pasar tradisional dikunjungi langsung oleh para konsumen yang tergolong kelas menengah kebawah dan para pedagangnya pun termasuk dalam katagori pedagang kecil yang termasuk Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM).

Dalam perkembangannya pasar tradisional selalu ramai dikunjungi oleh para konsumen meskipun pada akhir-akhir ini telah banyak bermunculan jenis pasar modern atau pasar swalayan dan begitu juga banyaknya para pedagang keliling yang menjajakan berbagai jenis kebutuhan pokok

sehari-hari. Pasar tradisional akan tetap eksis bilamana di wilayah dekat pasar tersebut terdapat pemukiman penduduk yang cukup banyak populasinya dan terdapat para pedagang yang berminat menjual barang dagangnya secara lengkap, murah dan kualitas barangnya dianggap cukup baik oleh para konsumen. Bahkan terkadang tempat tidak menjadi pertimbangan utama bagi para pedagang dan pembeli. Meski tempatnya kotor dan becek sekalipun, para pengunjung tetap setia belanja di pasar tradisional.

Pedagang pasar tradisional pada umumnya tergolong wirausahawan yang berskala kecil (mikro), mereka berjualan yang tujuan utamanya adalah untuk dapat mencukupi kebutuhan hidup jangka pendek, bukan pengusaha yang ingin mengembangkan bisnisnya dengan cara berinvestasi jangka panjang. Minat berdagang atau berwirausaha dapat diartikan menurut Rahmadi & Heryanto (2016:156) “minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut”.

Banyak faktor yang memengaruhi seseorang memilih berminat berdagang atau menjadi wirausaha. Menurut Bygrave dalam Alma (2018:11), mengelompokan tiga faktor yang mendorong minat berwirausaha yaitu faktor personal, environment dan sosiological. Sedangkankan Mulyana dan Puspitasari (2013:4) menyatakan bahwa “pada umumnya orang berminat membuka usaha sendiri karena beberapa hal yaitu mempunyai kesempatan untuk memperoleh keuntungan, memenuhi minat dan keinginan pribadi, membuka diri untuk berkesempatan menjadi bos bagi diri sendiri dan adanya kebebasan dalam manajemen”.

Pada masa pandemi covid-19 tahun 2020-2022 telah menjadi kenyataan bahwa banyak para pegawai, karyawan, buruh pada suatu perusahaan terkena dampak dari lesunya kondisi perekonomian yaitu mereka dirumahkan atau bahkan terkena pemutusan hubungan kerja. Konsisi ini dapat mendorong mereka untuk mencari pekerjaan lain dan tidak sedikit mereka beralih mencoba berwirausaha di berbagai bidang. Dengan demikian maka perlu sekali adanya studi yang mempelajari faktor apakah yang sebenarnya dominan mendorong minat para pedagang khususnya yang berjualan pada Pasar Reni Jaya Lama melakukan usahanya.

Pasar Reni Jaya Lama merupakan pasar tradisional yang mulai terbentuk dan beroperasi sejak tahun 1998 beralamatkan di JL. Reni Jaya Barat 1 Pondok Petir, Bojong Sari Komplek Reni Jaya Lama, Depok, Jawa Barat. Pasar Pasar Reni Jaya Lama beroperasi setiap hari mulai jam 07.00 sampai dengan jam 22.00 menjual segala macam keperluan sehari-hari berupa sayur mayur, bumbu dapur, buah-buahan, pakaian, peralatan rumah. Jumlah pedagang yang berjualan di pasar yang tercatat oleh Pengelola kurang lebih sebanyak 54 orang, dan jumlah pengunjung atau pembeli setiap harinya diperkirakan sebanyak 1.000 orang tiap hari.

Pasar ini dikelola oleh pemerintah daerah setempat bermula dari tiga orang pedagang sayur keliling yang selalu beristirahat pinggir jalan, kemudian jalan itu menjadi ramai. Rumah-rumah berganti jadi toko dan los, sehingga terbentuklah pasar tradisional yang saat ini bernama Pasar Tradisional Reni Jaya Lama. Dalam perkembangannya sampai dengan saat ini Pasar Tradisional Reni Jaya Lama terus saja banyak diminati oleh para konsumen baik yang bertempat tinggal di wilayah Komplek Perumahan Reny Jaya maupun konsumen dari luar daerah, karena barang-barang yang diperjualbelikan dinilai cukup lengkap.

Pasar Tradisional Reni Jaya Lama, dinilai cukup lengkap, banyak kios dan toko yang menjual bermacam-macam barang. Mulai dari sayuran, baju-baju, jam tangan, hingga emas. Terkadang masyarakat sekitar jika berbelanja di tukang sayuran dekat rumah tidak tersedia yang dicari, pasti mendapatkan segala kebutuhan di pasar. Beberapa permasalahan yang dijumpai pada Pasar Reni Jaya Lama menurut pengamatan peneliti dan beberapa testimoni dari para pengunjung antara lain adalah:

1. Barangnya komplet namun harganya agak mahal sedikit dibandingkan pasar-pasar tradisional yang lain.

2. Para pedagang kebanyakan berasal dari luar kompleks Perumahan Reni Jaya Lama.
3. Tata ruang pasar tidak teratur dan dapat dikatakan berantakan.
4. Lingkungan pasar terasa amat kumuh tidak layak sebagai pasar yang berada di tengah perumahan dan nampak kurang terurus.
5. Kondisi di pagi hari terasa ramai, namun setelah jam 12.00 siang terasa sepi para pedagang kebanyakan sudah menutup kios atau lapaknya.
6. Aktivitas pasar buka terlalu siang, tidak seperti pasar tradisional lainnya mulai jam 05.00.

Dari permasalahan tersebut Penulis tertarik untuk mengetahui faktor apa saja yang membuat para pedagang berminat berjualan di Pasar Tradisional Jaya Lama, melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok”.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok.
2. Untuk mengetahui besarnya faktor-faktor yang mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok.

METODE

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan untuk penelitian adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan pendekatan yang menyangkut pendugaan parameter, pengujian hipotesis, pembentukan selang kepercayaan, dan hubungan antara dua sifat atau lebih bagi parameter-parameter yang mempunyai sebaran (distribusi normal) tertentu yang diketahui. Tujuan metode kuantitatif ini adalah untuk menemukan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok.

Populasi dan Sampel

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang di Pasar Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok yang jumlahnya 54 orang. Menurut Sugiyono (2017:81) menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya kurang dari 100 sehingga memungkinkan untuk menggunakan seluruh populasi dijadikan sebagai sampel, sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi.

Menurut Arikunto (2017:104), apabila subjeknya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi atau disebut dengan Sampel Jenuh. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh karena teknik penentuan sampel menggunakan semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini seluruh pedagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir yang berjumlah 54 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini yang akan diolah diperoleh dari dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

- a. Sumber data primer diperoleh dari responden/pedagang Pasar Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok.
- b. Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen dan informasi yang berkaitan dengan terbentuknya Pasar Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok dari berbagai sumber.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data menggunakan 2 (dua) metode yang saling berkaitan dan melengkapi yaitu:

a. Metode Observasi

Dalam penelitian observasi dilakukan untuk memperoleh data awal tentang permasalahan yang terdapat pada Pasar Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok.

b. Metode Angket/Kuesioner

Metode angket dalam penelitian ini ditujukan kepada responden yaitu para pedagang Pasar Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok untuk menggali persepsi dan tanggapan tentang variabel penelitian yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi minat berdagang.

Metode Analisis Data

1. Analisis Data Deskriptif

Dalam penelitian ini metode analisis deskriptif digunakan untuk memberikan bobot penilaian responden dari setiap variabel dengan tabel Skala Likert dan Kriteria Rentang Skala Variabel. Menurut Sugiyono (2017:13) disebutkan bahwa “Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Jadi skala likert adalah skala yang memiliki urutan dan memiliki interval atau jarak yang sama antara kategori atau titik-titik terdekatnya.

2. Analisis Data Kuantitatif

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisa faktor dengan SPSS for windows. Seperti yang dijelaskan oleh (Kustiawan & Kuncoro, 2013) bahwa analisa faktor yang digunakan terdiri dari:

- a. *KMO and Barlett's Test* digunakan untuk membandingkan besaran koefisien korelasi yang diamati dengan koefisiensi parsial. Angka yang dihasilkan oleh *KMO Measure of Sampling Adequacy* harus lebih besar dari 0,5 supaya analisis faktor dapat diproses lebih lanjut. Sementara, *Barlett's Test of Sphericity* digunakan untuk menyatakan bahwa variabel yang dimaksud tidak berkorelasi satu sama lain. Signifikan test harus menunjukkan angka 0,000 supaya analisis faktor dapat dilakukan.
- b. *Anti Image Correlation* digunakan untuk menunjukkan beberapa angka secara diagonal, dimana yang bertanda “a” menunjukkan *MSA (Measure of Sampling Adequacy)* variabel dibawah nilai 0,5 maka harus dieliminasi serta dilakukan pemilihan ulang maka untuk memenuhi syarat variabel harus pada angka $> 0,5$.
- c. *Total Variance Explained* digunakan untuk menyatakan jumlah varian yang berhubungan dengan masing-masing faktor. Faktor yang mempunyai *total eigen value = 1* maka dapat dimasukkan dalam model, sedangkan faktor bernilai < 1 tidak dapat dimasukkan model.
- d. *Component Matrix and Rotated Component Matrix* terdapat koefisien yang digunakan untuk menunjukkan variabel standar (faktor). Kompleksnya matriks menyebabkan sulitnya menginterpretasikan faktor. Maka dari itu dilakukan rotasi faktor (*Rotated Component Matrix* agar lebih mudah untuk diinterpretasikan.
- e. *Component transformation Matrix* digunakan sebagai langkah terakhir untuk membuktikan besarnya nilai korelasi dari faktor yang terbentuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian

Berdasarkan analisis data deskriptif atas tanggapan/pernyataan responden terhadap variabel penelitian diperoleh gambaran berikut:

- 1) Tiga variabel yang memperoleh rata-rata skor tertinggi adalah “Adanya kebebasan mengatur semua pekerjaan (4,17)” Adanya kebebasan dalam manajemen (4,13)”, dan “Adanya kesempatan atau peluang untuk memperoleh keuntungan (4,12)”.
- 2) Variabel yang memperoleh rata-rata skor terendah adalah “Telah mengikuti latihan kursus bisnis atau inkubator bisnis (1,77)”.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan mempengaruhi minat berdagang

Dari hasil Analisa faktor diperoleh tabel Component Matrixa berikut:

		Component				
		1	2	3	4	5
X5	Keberanian menanggung resiko.	0.698	-0.339	0.399	0.093	0.139
X6	Komitmen atau minat tinggi pada bisnis.	0.710	-0.266	0.373	0.058	0.209
X7	Adanya persaingan dalam dunia kehidupan.	0.468	-0.476	0.249	-0.021	0.352
X9	Adanya bangunan/tempat/lokasi yang strategis.	0.263	0.196	0.684	0.130	-0.300
X10	Telah mengikuti latihan kursus bisnis atau inkubator bisnis.	0.126	0.291	-0.352	0.655	0.408
X11	Adanya kebijaksanaan pemerintah berupa kemudahan lokasi berusaha.	0.190	0.330	0.189	0.576	-0.479
X15	Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha.	0.027	0.873	0.188	-0.225	0.213
X16	Adaya bantuan famili dalam berbagai kemudahan.	-0.009	0.909	0.018	-0.193	0.073
X17	Telah berpengalaman bisnis sebelumnya.	0.384	-0.054	-0.304	0.602	-0.087
X18	Adanya kesempatan atau peluang untuk memperoleh keuntungan.	0.917	0.052	-0.124	-0.184	-0.078
X19	Berkesempatan menjadi bos bagi diri sendiri	0.499	-0.051	-0.484	-0.138	0.207
X20	Adanya kebebasan dalam manajemen.	0.896	-0.031	-0.091	-0.146	-0.156
X21	Adanya kebebasan mengatur semua pekerjaan.	0.915	0.062	-0.082	-0.153	-0.190
X22	Dapat mandiri dari berbagai hal.	0.846	0.201	-0.180	-0.021	-0.115
X23	Peluang memperoleh pendapatan yang tinggi sesuai harapan yang dikehendaki.	0.907	0.184	-0.195	-0.100	-0.062
X24	Hobi.	0.344	0.333	0.356	0.195	0.502

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Dari dua puluh empat evariabel penelitian dan setelah dieliminasi menjadi enam bulas variabel terbentuklah 5 faktor yang mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok. Kelima faktor tersebut adalah:

- 1) Faktor Kebebasan Bekerja, Mandiri dan Peluang memperoleh Keuntungan. meliputi variabel Adanya kesempatan atau peluang untuk memperoleh keuntungan, Berkesempatan menjadi bos bagi diri sendiri, Adanya kebebasan dalam manajemen, Adanya kebebasan mengatur semua pekerjaan, Dapat mandiri dari berbagai hal, Peluang memperoleh pendapatan yang tinggi sesuai harapan yang dikehendaki.
- 2) Faktor Dorongan dan Bantuan dari Keluarga/Famili, meliputi variabel Adanya dorongan dari orang tua untuk membuka usaha, Adaya bantuan famili dalam berbagai kemudahan.
- 3) Faktor Dukungan Tempat dan Fasilitas, meliputi variabel Adanya bangunan/tempat/lokasi yang strategis.
- 4) Faktor Memiliki Kompetensi dan Pengalaman Berbisnis, meliputi variabel Telah mengikuti latihan kursus bisnis atau inkubator bisnis, Adanya kebijaksanaan pemerintah berupa kemudahan lokasi berusaha, Telah berpengalaman bisnis sebelumnya.
- 5) Faktor Hobi dan Kegemaran, meliputi variabel Hobi.

Besarnya Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berdagang

Dari kelima faktor terbentuk yaitu Faktor Kebebasan Bekerja, Mandiri dan Peluang memperoleh Keuntungan, Faktor Dorongan dan Bantuan dari Keluarga/Famili, Faktor Dukungan Tempat dan Fasilitas, Faktor Memiliki Kompetensi dan Pengalaman Berbisnis, dan Faktor Hobi dan Kegemaran, mampu menjelaskan 93,317% faktor-faktor yang mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok. Sedangkan sisanya 6,683% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada rumusan masalah, tujuan penelitian dan hasil serta pembahasan penelitian, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Analisis deskriptif menyimpulkan bahwa tiga variabel yang memperoleh rata-rata skor tertinggi atas jawaban responden pedagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok adalah Adanya kebebasan mengatur semua pekerjaan, Adanya kebebasan dalam manajemen, dan Adanya kesempatan atau peluang untuk memperoleh keuntungan.
2. Dari analisis faktor terbentuk 5 faktor yang mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok yaitu Faktor Kebebasan Bekerja, Mandiri dan Peluang memperoleh Keuntungan; Faktor Dorongan dan Bantuan dari Keluarga/Famili; Faktor Dukungan Tempat dan Fasilitas; Faktor Memiliki Kompetensi dan Pengalaman Berbisnis; dan Faktor Hobi dan Kegemaran.
3. Lima faktor yang dihasilkan dalam analisis mampu menjelaskan 93,317% faktor-faktor yang mempengaruhi minat berdagang pada Pasar Tradisional Reni Jaya Lama Pondok Petir Kota Depok. Sedangkan sisanya 6,683% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Alreza Anan Hafidzi. 2013. *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Alfamart*. Jurnal EMBA Vol.1 ISSN 2301-1174
- Anwar, Sanusi. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Salemba Empat. Jakarta.
- Arief Adi Satria. *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*, PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol 2, No. 1, April 2017.
- Bida Sari1, Estu Mahanani. *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Telon Lang (Survei Event CSRPT. Eagle Indo Pharma)*, Jurnal STEI Ekonomi - JEMI Vol. 26 No. 02 (Des - 2017).
- Dita Amanah, Adinda Ayu Layla. *Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Tokopedia.com di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan*. Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sumut, Volume 2. No.2 Agustus 2019 (125-138)
- Donni Junni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H Hastono, Triyadi Triyadi. *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Merk Vivo Di Wilayah Tangerang Selatan*, Jurnal Ekonomi Efektif, Vol 2, No 3 (2020).
- Inka Imalia, Imelda Aprileny. *Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Tahun 2019/2020
- J. Setiadi, Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, Keller, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Marianawati Siregar, Heryensus. *Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Papad PT. Adulam Namora Wisata Tour & Travel*, Jurnal Ilmiah Kohesi, Vol. 4 No. 3 Juli 2020
- Nawawi, Hadari. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Nel Arianty, Robby Gunawan. *Dampak Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening pada UMKM ikan lele di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang*, Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan, UMSU 2(1), 2021.
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.

- Nurmin Arianto, Jefri Muhammad. *Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa*. Proceedings Unpam, Vol 1, No 1 (2018).
- Peter dan Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sadilah, Emiliana. dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Semarang-Jawa Tengah*. Yogyakarta: Balai Pelestarian.
- Siti Mutmainatul Hasanah, *Pengaruh Pelayanan, Tata Letak, dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomart di Jalan Pakisan Bondowoso*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, April 2018.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Tanti Dwi Fitra Laela, *Pengaruh Perilaku Konsumen Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Fashion Zoya*, Jurnal Manajemen Univ. Galuh Ciamis, Vol. 2, No. 2, Oktober 2015
- Widiyanto, Joko. 2010. *SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.