

RINGKASAN

Nurhaeda Imran (08320180017). Analisis Preferensi Konsumen “Keluarga Milenial” Dalam Keputusan Pembelian Produk Pangan di Kota Makassar (Studi Kasus di Pasar Tradisional dan Pasar Modern). Dibawah Bimbingan Ibu St. Rahbiah dan Bapak Tsalis Kurniawan Husain.

Pasar tradisional dan pasar modern terdapat jenis tempat belanja yang berbeda, pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam memelihara stabilitas harga pangan untuk kebutuhan pokok. Pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Pasar modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba lengkap, di sisi lain pasar tradisional masih dihadapkan dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Hampir semua produk yang dijual di pasar tradisional dapat ditemui di pasar modern. Aspek harga pasar modern terkadang diopinikan lebih murah dari pada harga di pasar tradisional

Tujuan Penelitian ini yaitu, 1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen keluarga milenial yang membeli di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar, 2) Menganalisis perbedaan tingkat preferensi konsumen antara keluarga milenial dalam keputusan pembelian produk pangan di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar, 3) Menganalisis faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan di pasar tradisional dan pasar modern di Kota Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar dengan pertimbangan bahwa di Kota Makassar memiliki pasar tradisional dan pasar modern. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan yaitu dari bulan Mei 2023 sampai Agustus 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja dimana peneliti menyebar koesioner kepada setiap konsumen yang berbelanja di pasar modern dan pasar tradisional selama penelitian, peneliti menetapkan jumlah responden yaitu 50 orang responden yang telah melakukan pembelian produk pangan di pasar tradisional dan 50 orang

responden yang telah melakukan pembelian produk pangan di pasar modern. Total responden keseluruhan ada 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan, 1) Umur responden yang membeli produk pangan di pasar modern dan tradisional mendominasi yaitu 31 tahun dan pasar tradisional yaitu 29 tahun. Responden yang membeli produk pangan di pasar modern dan tradisional mendominasi perempuan. Pendidikan responden yang membeli produk pangan di pasar modern dan pasar tradisional di Kota Makassar dominan berpendidikan tinggi. Pekerjaan responden keluarga milenial yang membeli produk pangan di pasar modern dan tradisional di Kota Makassar didominasi perempuan dan mayoritas pekerjaan yang berstatus sebagai PNS dan ibu rumah tangga. 2) Skor jawaban responden yaitu sebesar 4.282, yang artinya tingkat preferensi konsumen keluarga milenial terhadap keputusan pembelian produk pangan di pasar modern termasuk kategori disukai/setuju. Skor yaitu sebesar 4.157, yang artinya tingkat preferensi konsumen keluarga milenial terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional termasuk kategori disukai/setuju. 3) Signifikansi = 0,036, $t < \alpha =$ dari 0,05 variabel kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan di pasar modern di Kota Makassar. Signifikansi = 0,005 $t < \alpha =$ dari 0,05, variabel faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan di pasar modern di Kota Makassar. signifikansi = 0,000 $t < \alpha =$ dari 0,05, variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan di pasar modern di Kota Makassar. signifikansi = 0,000, $t < \alpha =$ dari 0,05, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan di pasar modern. signifikansi = 0,001, $t < \alpha =$ dari 0,05, variabel faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan. signifikansi = 0,002, $t < \alpha =$ dari 0,05, variabel faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan. signifikansi = 0,001, $t < \alpha =$ dari 0,05, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, signifikansi = 0,022, $t < \alpha =$ dari 0,05 harga berpengaruh signifikan terhadap

keputusan konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan. $0,287, t > \alpha =$ dari $0,05$, faktor promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen keluarga milenial dalam pembelian produk pangan

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Keluarga Milenial, Keputusan Pembelian, Produk Pangan