BAB 4

ANALISIS POLA PERGERAKAN DAN AKTIVITAS BERBELANJA KONSUMEN PASAR

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pola pergerakan dan aktivitas berbelanja konsumen pasar di Kecamatan Arjasari. Hubungan tersebut menghubungkan antara pergerakan konsumen yaitu asal pergerakan dengan moda transportasi yang digunakan dengan aktivitas berbelanja ditinjau dari frekuensi, waktu, produk yang dibeli dan tujuan berbelanja.

4.1. Analisis Pergerakan Konsumen

Dalam rangka pengembangan Pasar Desa Terpadu Arjasari, perlu dicermati berbagai segi yang terikat di pasar, sehingga pada akhirnya dapat memberikan kepuasan bagi para pelaku pasar tersebut, khususnya dalam mewujudkan pasar sebagai sarana prasarana perdagangan sekaligus wadah bagi penggerak ekonomi masyarakat. Pasar merupakan pusat kegiatan ekonomi tempat para pembeli dan penjual melaksanakan pertukaran barang dan jasa, dalam kegiatannya tidak terlepas dari dukungan prasarana fisik, situasi, dan kondisi tertentu yang ada di pasar.

4.1.1. Asal Pergerakan dan Moda Transportasi

4.1.1.1 Asal Pergerakan

Konsumen yang berbelanja di Pasar Arjasari merupakan konsumen yang masih tinggal di sekitar Kecamatan Arjasari. Berdasarkan hasil penelitian, asal pergerakan konsumen dibagi menjadi beberapa karakter sebaran konsumen yang berbelanja di pasar. Berdasarkan pada fungsi pasar tersebut berupa Pasar Desa Terpadu umunya hanya diperuntukkan bagi desa tersebut yakni Desa Arjasari. Data tersebut menunjukkan bahwa Pasar Arjasari merupakan pusat perdagangan bagi penduduknya. Namun pada perkembangannya pasar berkembang pesat sehingga mampu melayani desa-desa sekitarnya terutama di Kecamatan Arjasari. Hal itu disebabkan oleh posisi pasar yang strategis yaitu berada pada pusat kegiatan di kecamatan yang beririsan dengan Desa Pinggirsari dan Patrolsari.

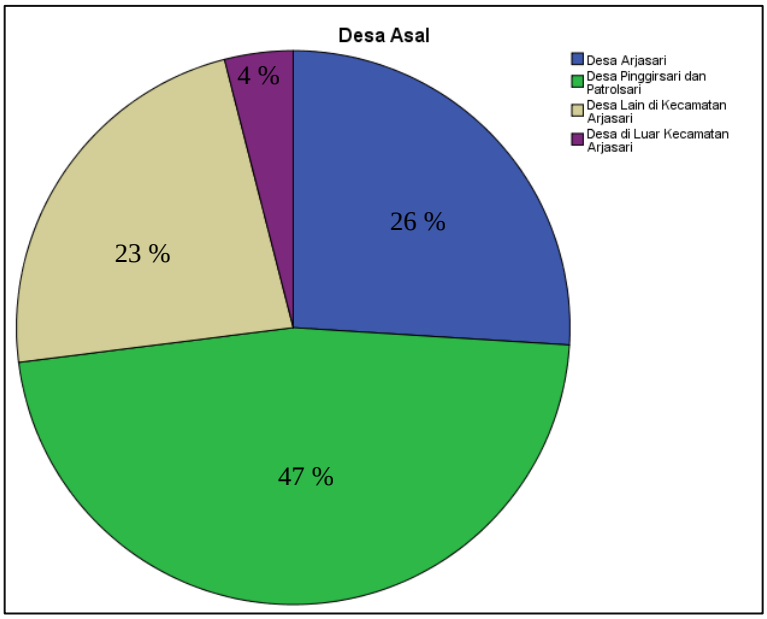
Pelayanan pasar mengalami perkembangan yang pesat terhitung dari hasil analisis pelayanan juga mencakup desa yang berada di dekat pasar selain Desa

Arjasari itu sendiri, bahkan menyumbang jumlah konsumen yang paling besar yaitu 47 %. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Tabel IV-1.**

Tabel IV-1
Jumlah Konsumen Berdasarkan Asal Pergerakan

No.	Asal Pergerakan	Persentase (%)
1	Desa Arjasari	26,0
2	Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari	47,0
3	Desa Lain di Kecamatan Arjasari	23,0
4	Desa di Luar Kecamatan Arjasari	4,0
	Total	**100,0**

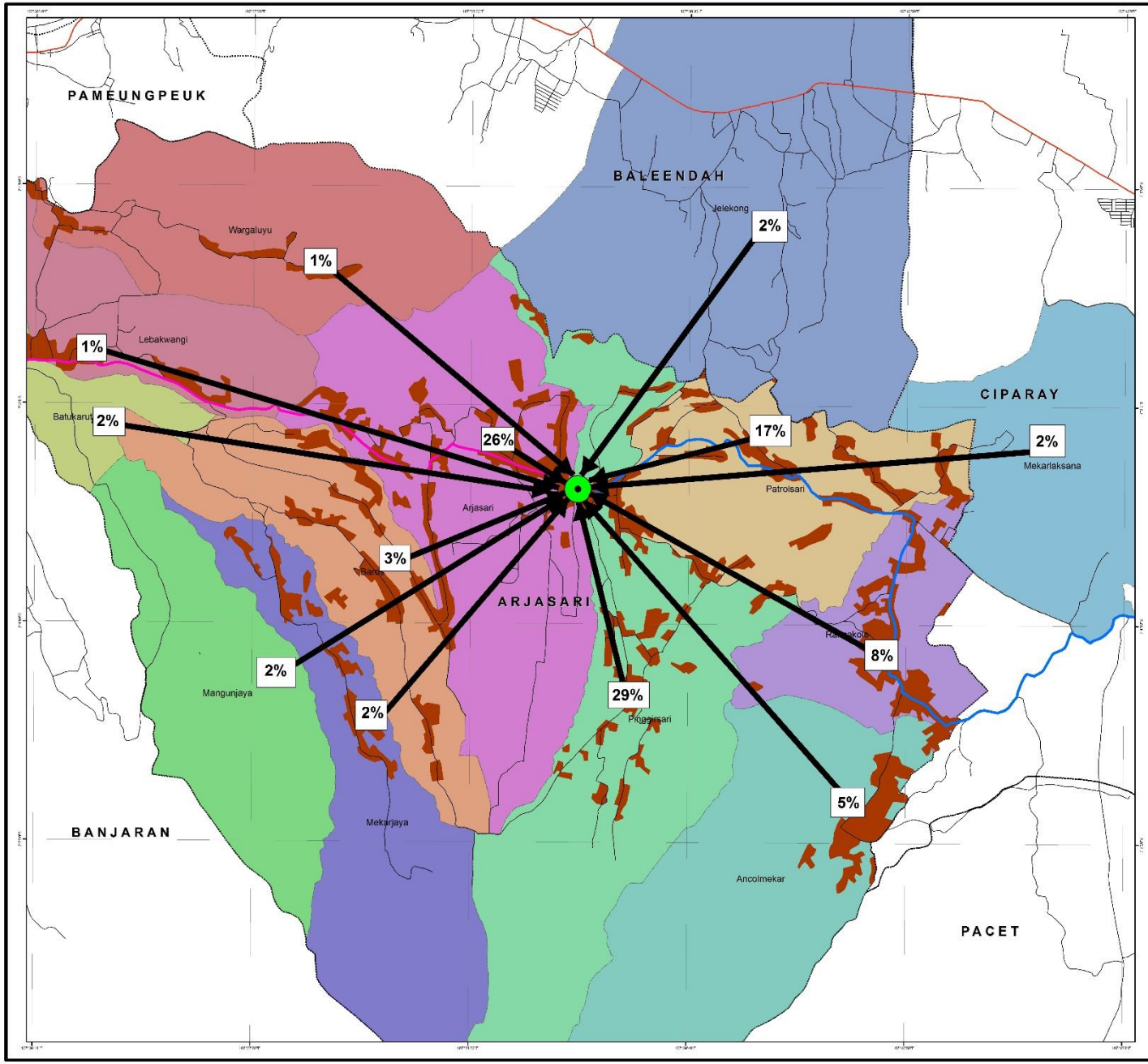
Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.1
Diagram Asal Pergerakan Konsumen Pasar Arjasari

Berdasarkan data, konsumen yang berasal dari Kecamatan Arjasari sendiri total sebanyak 96%. Sisanya merupakan konsumen yang berasal dari luar Kecamatan Arjasari. data tersebut menunjukkan bahwa pasar Arjasari memang merupakan pusat perdagangan bagi penduduknya.



UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

PETA ASAL PERGERAKAN KONSUMEN PASAR ARJASARI

Peta 4.1

U

0 355 710 1.420 2.130 2.840 Meters

Proyeksi	:	Universal Transverse Mercator
Sistem Grid	:	Grid Geografis
Datum Horisontal	:	WGS 1984
Zona	:	48 Selatan
Satuan	:	Meter

Legenda

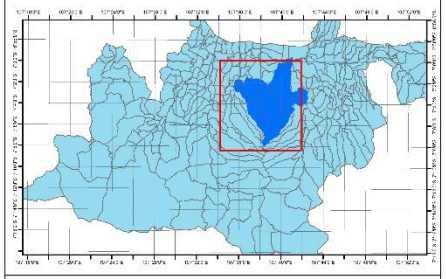
Batas Administrasi
- Batas Kecamatan
- Batas Desa

Jaringan Jalan
- Jalan Lokal
- Jalan Propinsi
- Rel Kereta/Lori

Rute Angkutan Umum
- Rute Angkot Banjaran - Batukarut - Arjasari
- Rute Angkot Ciparay - Rancakole - Arjasari

Keterangan
- Ancolmekar
- Arjasari
- Baros
- Batukarut
- Jelekong
- Lebakwangi
- Mangunjaya
- Mekarjaya
- Mekarlaksana
- Patrolsari
- Pinggirsari
- Rancakole
- Wargaluyu
- Lokasi Pasar Arjasari
- Arah Pergerakan Konsumen

DIAGRAM LOKASI



Sumber :
- RTRW Kabupaten BandungTahun 2007
- Peta Citra SAS Planet

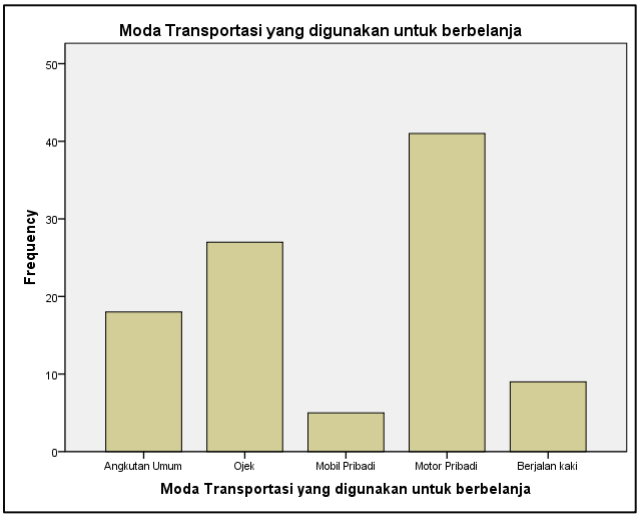
4.1.1.2 Moda Transportasi

Moda transportasi yang digunakan oleh konsumen untuk berbelanja ke pasar paling banyak memakai sepeda motor pribadi dengan persentase 41 %. Sedangkan dengan angkutan umum berada pada peringkat ke-3 yaitu 18 %. Untuk lebih jelasnya mengenai moda transportasi yang digunakan konsumen untuk berbelanja dapat dilihat pada **Tabel IV-2**.

Tabel IV-2
Jumlah Moda Transportasi yang Dipergunakan

No.	Moda Transportasi	Persentase (%)
1	Angkutan Umum	18,0
2	Ojek	27,0
3	Mobil Pribadi	5,0
4	Sepeda Motor Pribadi	41,0
5	Berjalan kaki	9,0
	Total	**100,0**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

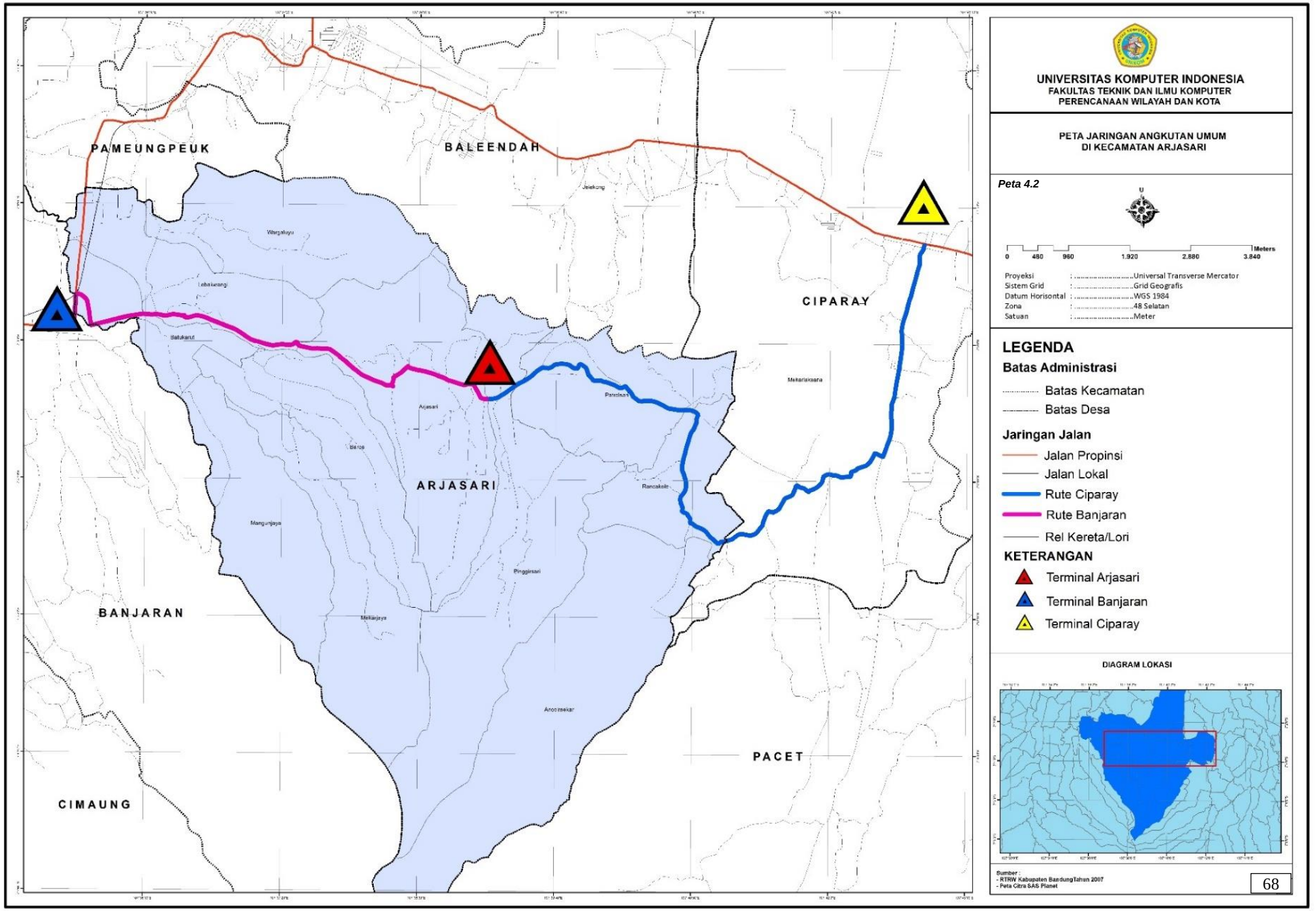
Gambar 4.2
Diagram Moda Transportasi yang Dipergunakan Konsumen

Berdasarkan hasil pengamatan di Pasar Arjasari, umumnya pasar dikunjungi oleh masyarakat yang bertempat tinggal tidak jauh dari lokasi pasar secara tetap. Berdasarkan hal tersebut keberadaan transportasi sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan pasar. Moda transportasi menjadi salah satu faktor penentu perkembangan pasar. Ketersediaan angkutan umum yang cukup berimbang dengan kendaraan pribadi yakni 18 % dari keseluruhan konsumen pasar, dapat menjadi faktor yang tidak terlepaskan dari keberadaan pasar.

Selain itu ada opsi lain dengan menggunakan ojek juga dapat menjangkau daerah-daerah pelosok di Kecamatan Arjasari. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengguna ojek sebesar 27 %. Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen ojek dipilih karena kemudahan dapat menjangkau asal pergerakan yang berada di bagian pelosok juga dapat mengangkut barang belanjaan lebih banyak dibandingkan bila harus menggunakan angkutan umum.

Hasil analisis menunjukkan bahwa untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional di Kecamatan Arjasari maka penataan moda transportasi merupakan kriteria yang penting pada perkembangan pasar. Transportasi yang ada di sekitar pasar menjadi kendala utama bagi pertumbuhan pasar tradisional, sehingga pengembangan pasar tradisional diarahkan untuk menata transportasi. Terutama untuk kendaraan pribadi berupa sepeda motor perlu adanya penataan area parkir di sekitar pasar.

Saat ini belum tersedia parkir yang ideal, dilihat dari kondisi parkir yang menggunakan bahu jalan dan menggunakan lahan terminal. Keberadaan pangkalan ojek juga sangat berpengaruh terhadap penataan area parkir. Tumpang tindihnya keberadaan ojek yang memiliki pangkalan ojek dan ojek yang berada di dalam pasar (ojek dalam) sering terjadi perebutan penumpang, sehingga menimbulkan persaingan usaha ojek yang tidak sehat. Manajemen pengelolaan dan penataan parkir, terminal dan pangkalan ojek harus ditingkatkan supaya pasar tradisional dapat menjadi usaha yang dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan sehingga dapat mengatur sendiri keberadaan sarana.



UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

PETA JARINGAN ANGKUTAN UMUM DI KECAMATAN ARJASARI

Peta 4.2

U

0 480 960 1.920 2.880 3.840 Meters

Proyeksi	:	Universal Transverse Mercator
Sistem Grid	:	Grid Geografis
Datum Horisontal	:	WGS 1984
Zona	:	48 Selatan
Satuan	:	Meter

LEGENDA

Batas Administrasi
- Batas Kecamatan
- Batas Desa

Jaringan Jalan
- Jalan Propinsi
- Jalan Lokal
- Rute Ciparay
- Rute Banjaran
- Rel Kereta/Lori

KETERANGAN
- Terminal Arjasari
- Terminal Banjaran
- Terminal Ciparay

DIAGRAM LOKASI

Sumber :
- RTRW Kabupaten BandungTahun 2007
- Peta Citra SAS Planet

4.1.2. Analisis Hubungan Asal Pergerakan Konsumen dengan Moda Transportasi yang Digunakan

Analisis hubungan pergerakan konsumen yaitu menghubungkan antara asal pergerakan dengan moda transportasi yang digunakan. Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan asal pergerakan maka dilakukan analisis tabulasi silang antara moda transportasi yang digunakan oleh konsumen dengan asal pergerakan konsumen. Dari hasil survei yang telah dilakukan, pada tabel tabulasi silang, penduduk sekitar pasar yang menjadi konsumen berjumlah 100. Terbesar 22 konsumen yang berasal dari Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari menggunakan sepeda motor pribadi untuk berbelanja ke pasar. Sedangkan yang menggunakan angkutan umum sebanyak 8 konsumen berasal dari Desa Arjasari. Untuk konsumen yang menggunakan ojek sebanyak 13 orang berasal dari Desa Pinggirsari dan Patrolsari juga. Pada Tabel IV-3 adalah hasil tabulasi silang antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan asal pergerakan.

Tabel IV-3
Tabulasi Silang Antara Asal Pergerakan dengan Moda Transportasi

No.	Asal Pergerakan		Moda Transportasi					Total
			Angkutan Umum	Ojek	Mobil Pribadi	Sepeda Motor Pribadi	Berjalan kaki	
1	Desa Arjasari	Count	8	2	2	10	4	26
		Expected Count	4,7	7,0	1,3	10,7	2,3	26,0
		% of Total	8,0%	2,0%	2,0%	10,0%	4,0%	26,0%
		Residual	3,3	-5,0	,7	-,7	1,7	
2	Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari	Count	4	13	3	22	5	47
		Expected Count	8,5	12,7	2,4	19,3	4,2	47,0
		% of Total	4,0%	13,0%	3,0%	22,0%	5,0%	47,0%
		Residual	-4,5	,3	,6	2,7	,8	
3	Desa Lain di Kecamatan Arjasari	Count	6	9	0	8	0	23
		Expected Count	4,1	6,2	1,2	9,4	2,1	23,0
		% of Total	6,0%	9,0%	,0%	8,0%	,0%	23,0%
		Residual	1,9	2,8	-1,2	-1,4	-2,1	
4	Desa di Luar Kecamatan Arjasari	Count	0	3	0	1	0	4
		Expected Count	,7	1,1	,2	1,6	,4	4,0
		% of Total	,0%	3,0%	,0%	1,0%	,0%	4,0%
		Residual	-,7	1,9	-,2	-,6	-,4	
	Total	**Count**	**18**	**27**	**5**	**41**	**9**	**100**
		Expected Count	**18,0**	**27,0**	**5,0**	**41,0**	**9,0**	**100,0**
		% of Total	**18,0%**	**27,0%**	**5,0%**	**41,0%**	**9,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Pada Tabel IV-4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0.049 dan nilai *chi-square* sebesar 21,075. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0.049 < (0.05) maka ini berarti bahwa ada hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan moda transportasi yang dipilih konsumen.

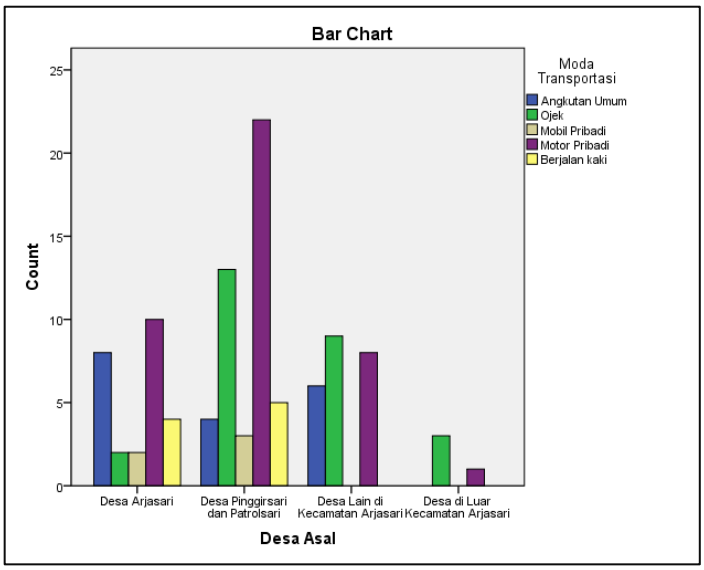
Tabel IV-4
***Chi Squere* Asal pergerakan dengan Moda Transportasi**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,075[a]	12	,049
Likelihood Ratio	25,533	12	,012
Linear-by-Linear Association	2,454	1	,117
N of Valid Cases	100		

a. 13 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan moda transportasi yang digunakan. Dalam arti, kebanyakan konsumen asal Desa Arjasari menggunakan sepeda motor pribadi, sedangkan Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari tidak menggunakan sepeda motor pribadi, namun berupa angkutan umum, ojek dan seterusnya, serta dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan moda transportasi yang digunakan untuk berbelanja ke pasar.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.3
Diagram Hubungan Asal Pergerakan dengan Moda Transportasi

4.2. Analisis Aktivitas Berbelanja

4.2.1 Frekuensi Berbelanja, Waktu Berbelanja dan Produk yang Dibeli Konsumen

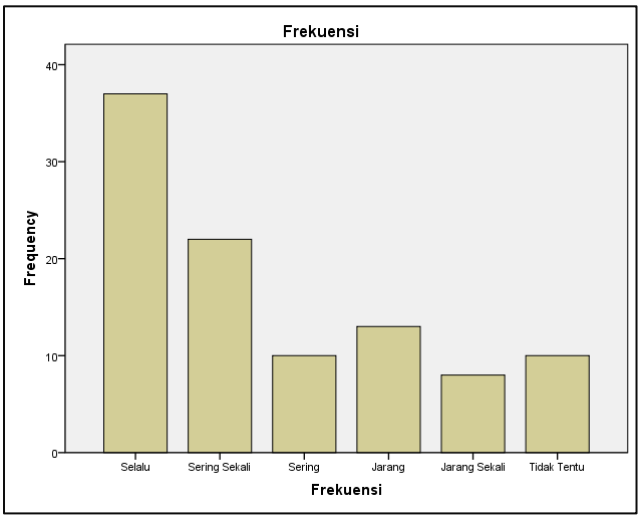
4.2.1.1 Frekuensi Berbelanja

Frekuensi belanja dari konsumen didominasi oleh konsumen yang selalu berbelanja setiap hari, yakni sebesar 37%. Sementara konsumen yang berbelanja 3-4 kali setiap satu minggu menunjukkan angka 22% adalah konsumen yang sering sekali berbelanja dan konsumen yang sering berbelanja menunjukkan angka 13% yakni 2 kali dalam seminggu. Sedangkan konsumen yang tidak tentu waktu belanjanya sebanyak 10%.

Tabel IV-5
Frekuensi Berbelanja Konsumen

No.	Intensitas Belanja	Persentase (%)
1	Selalu	37,0
2	Sering Sekali	22,0
3	Sering	10,0
4	Jarang	13,0
5	Jarang Sekali	8,0
6	Tidak Tentu	10,0
	Total	**100,0**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.4
Diagram Intensitas Berbelanja

Dari data di atas menunjukkan bahwa Pasar Arjasari merupakan pasar yang cukup sibuk dan tidak sepi oleh pembeli. Kesibukan pasar tidak terlepas dari produk-produk yang dijual di pasar merupakan bahan-bahan makanan yang

menjadi kebutuhan pokok sehari-hari, misalnya beras, gula, telur, sayuran, bumbu masak dan ikan juga daging ayam. Dari hasil pengamatan sebanyak 31 % konsumen berbelanja bursa, gula, minyak goreng, telur menunjukkan bahwa produk tersebut merupakan ciri khas utama pasar tradisional. Ditinjau dari tujuan konsumen berbelanja ke pasar yakni 39 % konsumen bertujuan belanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Secara umum waktu kunjungan/belanja konsumen yaitu pengunjung untuk keperluan dikonsumsi langsung (untuk keperluan rumah tangga/ pribadi) berkunjung ke pasar mulai pagi sampai sore hari, frekuensi berkunjungnya setiap hari (sering), atau 3-4 kali dalam seminggu atau jarang (mingguan).

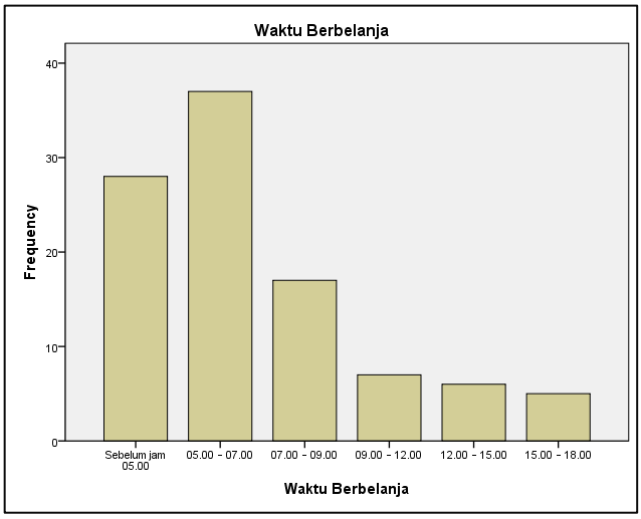
4.2.1.2 Waktu Berbelanja

Secara umum pasar akan ramai konsumen yang berbelanja pada jam 5-7 pagi menunjukkan angka sebesar 37%. Kemudian konsumen yang berbelanja pada Sebelum jam 05 sebanyak 28%. Sementara konsumen yang biasanya berbelanja pada jam 7-9 adalah sebesar 17%.

Tabel IV-6
Waktu Berbelanja

No.	Waktu Berbelanja	Persentase (%)
1	> 05.00	28,0
2	05.00 – 07.00	37,0
3	07.00 – 09.00	17,0
4	09.00 – 12.00	7,0
5	12.00 – 15.00	6,0
6	15.00 – 18.00	5,0
	Total	**100,0**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.5
Diagram Intensitas Waktu Berbelanja

Ramainya konsumen yang berbelanja pada rentan waktu sebelum jam 5 sampai dengan jam 9 pagi dikarenakan konsumen yang berbelanja adalah konsumen yang akan menjual kembali atau mengolah barang belanjaannya tersebut. Sementara konsumen yang berbelanja pada jam 09.00 ke atas didominasi oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan kesehariannya dan kebutuhan lainnya. Melihat kondisi tersebut produktivitas dan jam sibuk pasar terjadi pada pagi hari. Umumnya pasar tradisional selain menyediakan kebutuhan pokok juga jam operasi pasar juga mayoritas padat pada pagi hari sampai dengan menjelang siang. Secara umum waktu kunjungan/ belanja konsumen untuk keperluan dikonsumsi langsung (untuk keperluan rumah tangga/ pribadi) dan dijual kembali berkunjung ke pasar mulai pagi sampai sore hari, frekuensi berkunjungnya setiap hari (selalu), atau mingguan atau tidak tentu.

Pasar tradisional yang dikenal selama ini adalah sebuah pasar yang dikelola apa adanya. Pasar tradisional yang dikenal adalah pasar yang berfungsi untuk melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat, tidak lebih dari itu. Secara umum Pasar Arjasari beroperasi dari pukul 04.00 sampai dengan 18.00 WIB. Kegiatan pasar dimulai oleh pedagang bahan makanan, sayuran dan untuk dijual kembali, melakukan kegiatan pasar antara pukul 04.00-07.00 WIB. Sementara pedagang pasar yang menjual kebutuhan sehari-hari dan sembako melakukan kegiatannya antara pukul 07.00-18.00 WIB. Sementara PKL kuliner sekitar pasar beroperasi pada siang dan sore hari. Keberadaannya juga untuk melayani PKL yang berjualan pada pagi hari. Belum adanya pengaturan waktu, sehingga perdagangan terjadi begitu saja sehingga menimbulkan persaingan di antara pedagang. Persaingan ini tentu kurang menguntungkan bagi pedagang dan pengelola pasar.

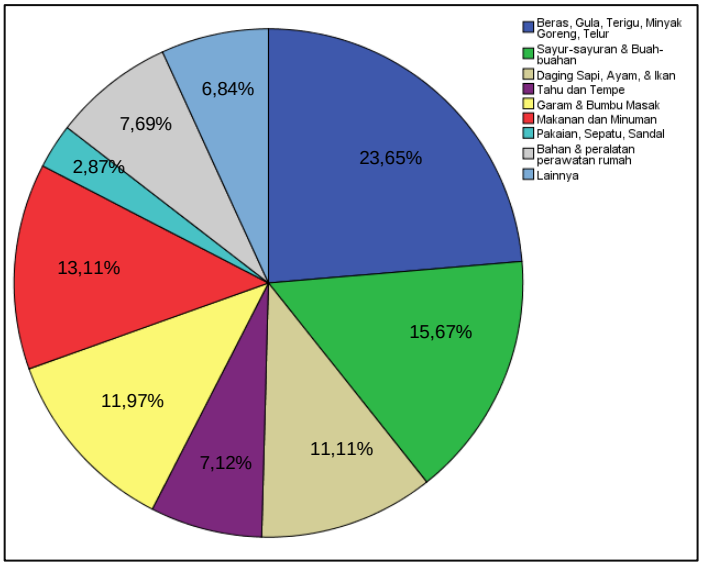
4.2.1.3 Produk yang Dibeli

Produk yang banyak dibeli oleh konsumen di Pasar Arjasari adalah barang kebutuhan sehari-hari, seperti : sayuran, beras, gula, minyak goreng, terigu, telur, tahu tempe, dan bumbu masak yang menunjukkan angka sebesar 62%. Sementara konsumen yang berbelanja daging sapi, ayam, dan ikan sebanyak 10% dan yang berbelanja alat rumah tangga sebanyak 1%.

Tabel IV-7
Produk yang Dibeli

No.	Jenis Produk	Total Konsumen	Persentase
1	Beras, Gula, Minyak Goreng, Terigu, Telur	83	23,65%
2	Sayur-sayuran & Buah-buahan	55	15,67%
3	Daging Sapi, Ayam, & Ikan	39	11,11%
4	Tahu dan Tempe	25	7,12%
5	Garam & Bumbu Masak	42	11,97%
6	Makanan dan Minuman	46	13,11%
7	Pakaian, Sepatu, Sandal	10	2,85%
8	Bahan & Peralatan Perawatan Rumah	27	7,69%
9	Lainnya	24	6,84%
	Total	**351**	**100,00%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.6
Diagram Produk yang Dibeli Konsumen

Komoditi yang diperjualbelikan di Pasar Arjasari terdiri dari aneka produk, terutama barang-barang katagori primer. Pertokoan yang berasa di kawasan pasar menyediakan berbagai barang katagori sekunder atau tersier. Sementara itu, terdapat 2 (dua) pola belanja penduduk/konsumen di Pasar Arjasari yaitu: penduduk yang belanja untuk dikonsumsi langsung dan untuk keperluan (diolah) dijual kembali. Pola belanja ini berpengaruh terhadap jenis layanan pasar dan jam operasional pasar. Jenis layanan pasar ini akan berpengaruh terhadap perancangan ruang pasar.

4.2.2 Analisis Hubungan Aktivitas Berbelanja

4.2.2.1 Hubungan Frekuensi dengan Waktu Berbelanja

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan penghasilan konsumen maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Dari hasil survei yang telah dilakukan, pada tabel *Case Processing Summary* konsumen yang selalu (setiap hari) sebanyak 17 orang berbelanja pada kurun waktu antara jam 05.00-07.00. Sedangkan yang sering sekali (3-4 kali dalam seminggu) sebanyak 11 konsumen berbelanja pada sebelum jam 05.00 pagi. Untuk konsumen jarang (1 kali dalam seminggu) sebanyak 6 orang berbelanja pada jam 07.00-09.00. Pada Tabel IV-9 adalah hasil tabulasi silang antara intensitas hari berbelanja yang dipilih oleh konsumen dengan intensitas waktu berbelanja.

Tabel IV-8
Tabulasi Silang Antara Frekuensi dengan Waktu Berbelanja

No.	Frekuensi Berbelanja		Waktu Berbelanja						Total
			> 05.00	05.00 – 07.00	07.00 – 09.00	09.00 – 12.00	12.00 – 15.00	15.00 – 18.00	
1	Selalu	Count	10	17	3	4	1	2	37
		Expected Count	10,4	13,7	6,3	2,6	2,2	1,9	37,0
		% of Total	10,0%	17,0%	3,0%	4,0%	1,0%	2,0%	37,0%
		Residual	-,4	3,3	-3,3	1,4	-1,2	,1	
2	Sering Sekali	Count	11	9	1	0	0	1	22
		Expected Count	6,2	8,1	3,7	1,5	1,3	1,1	22,0
		% of Total	11,0%	9,0%	1,0%	,0%	,0%	1,0%	22,0%
		Residual	4,8	,9	-2,7	-1,5	-1,3	-,1	
3	Sering	Count	2	4	1	1	1	1	10
		Expected Count	2,8	3,7	1,7	,7	,6	,5	10,0
		% of Total	2,0%	4,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	10,0%
		Residual	-,8	,3	-,7	,3	,4	,5	
4	Jarang	Count	1	5	6	0	0	1	13
		Expected Count	3,6	4,8	2,2	,9	,8	,7	13,0
		% of Total	1,0%	5,0%	6,0%	,0%	,0%	1,0%	13,0%
		Residual	-2,6	,2	3,8	-,9	-,8	,4	
5	Jarang Sekali	Count	2	1	3	1	1	0	8
		Expected Count	2,2	3,0	1,4	,6	,5	,4	8,0
		% of Total	2,0%	1,0%	3,0%	1,0%	1,0%	,0%	8,0%
		Residual	-,2	-2,0	1,6	,4	,5	-,4	
6	Tidak Tentu	Count	2	1	3	1	3	0	10
		Expected Count	2,8	3,7	1,7	,7	,6	,5	10,0
		% of Total	2,0%	1,0%	3,0%	1,0%	3,0%	,0%	10,0%
		Residual	-,8	-2,7	1,3	,3	2,4	-,5	
	Total	**Count**	**28**	**37**	**17**	**7**	**6**	**5**	**100**
		Expected Count	**28,0**	**37,0**	**17,0**	**7,0**	**6,0**	**5,0**	**100,0**
		% of Total	**28,0%**	**37,0%**	**17,0%**	**7,0%**	**6,0%**	**5,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

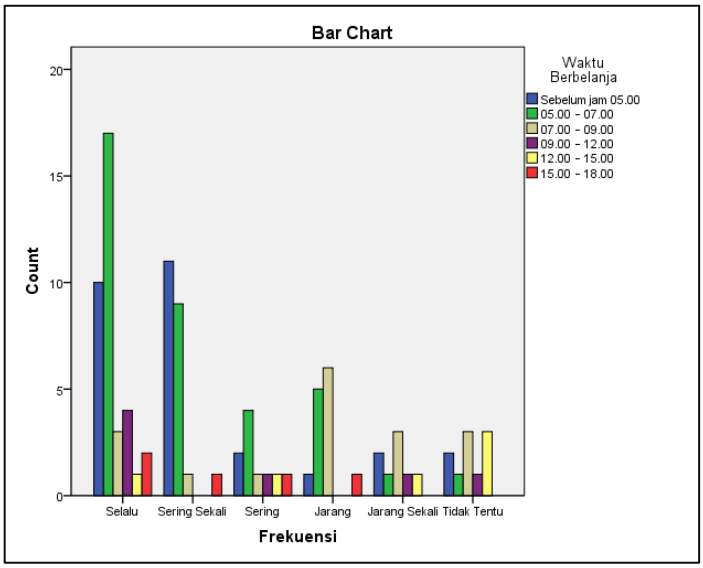
Pada Tabel IV-9 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0.016 dan nilai *chi-square* sebesar 42,522. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0.016 < (0.05) maka ini berarti bahwa ada hubungan antara frekuensi berbelanja konsumen dengan waktu berbelanja konsumen.

Tabel IV-9
***Chi Squere* Frekuensi dengan Waktu Berbelanja**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42,522[a]	25	,016
Likelihood Ratio	42,696	25	,015
Linear-by-Linear Association	5,243	1	,022
N of Valid Cases	100		

a. 31 cells (86,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.
Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara frekuensi berbelanja konsumen dengan waktu berbelanja. Dalam arti, kebanyakan konsumen selalu (setiap hari) berbelanja pada jam 05.00-07.00, sedangkan konsumen yang sering (3 kali seminggu) tidak berbelanja pada waktu sebelum jam 05.00, namun terjadi pada jam 07.00-09.00, jam 15.00-18.00 dan seterusnya. Demikian dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara frekuensi berbelanja konsumen dengan waktu berbelanja ke pasar.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.7
Diagram Hubungan Frekuensi dengan Waktu Berbelanja

4.2.2.2 Hubungan Frekuensi dengan Produk yang Dibeli

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan penghasilan konsumen maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Pada Tabel IV-10 adalah hasil tabulasi silang antara frekuensi berbelanja konsumen dengan produk yang dibeli.

Tabel IV-10
Tabulasi Silang Antara Frekuensi dengan Produk yang Dibeli

No.	Frekuensi Berbelanja		Produk yang Dibeli									Total
			Beras, Gula, Minyak Goreng, Terigu, Telur	Sayur-sayuran & Buah-buahan	Daging Sapi, Ayam, & Ikan	Tahu dan Tempe	Garam & Bumbu Masak	Makanan dan Minuman	Pakaian, Sepatu, Sandal	Bahan & peralatan perawatan rumah	Lainnya	
1	Selalu	Count	10	6	6	7	1	3	0	0	4	37
		Expected Count	11,8	5,9	3,7	4,4	1,9	3,3	1,5	1,1	3,3	37,0
		% of Total	10,0%	6,0%	6,0%	7,0%	1,0%	3,0%	,0%	,0%	4,0%	37,0%
		Residual	-1,8	,1	2,3	2,6	-,9	-,3	-1,5	-1,1	,7	
2	Sering Sekali	Count	6	4	1	3	2	3	1	1	1	22
		Expected Count	7,0	3,5	2,2	2,6	1,1	2,0	,9	,7	2,0	22,0
		% of Total	6,0%	4,0%	1,0%	3,0%	2,0%	3,0%	1,0%	1,0%	1,0%	22,0%
		Residual	-1,0	,5	-1,2	,4	,9	1,0	,1	,3	-1,0	
3	Sering	Count	1	3	1	2	1	1	0	0	1	10
		Expected Count	3,2	1,6	1,0	1,2	,5	,9	,4	,3	,9	10,0
		% of Total	1,0%	3,0%	1,0%	2,0%	1,0%	1,0%	,0%	,0%	1,0%	10,0%
		Residual	-2,2	1,4	,0	,8	,5	,1	-,4	-,3	,1	
4	Jarang	Count	9	1	1	0	1	1	0	0	0	13
		Expected Count	4,2	2,1	1,3	1,6	,7	1,2	,5	,4	1,2	13,0
		% of Total	9,0%	1,0%	1,0%	,0%	1,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	13,0%
		Residual	4,8	-1,1	-,3	-1,6	,4	-,2	-,5	-,4	-1,2	
5	Jarang Sekali	Count	4	1	0	0	0	1	0	1	1	8
		Expected Count	2,6	1,3	,8	1,0	,4	,7	,3	,2	,7	8,0
		% of Total	4,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%	1,0%	8,0%
		Residual	1,4	-,3	-,8	-1,0	-,4	,3	-,3	,8	,3	
6	Tidak Tentu	Count	2	1	1	0	0	0	3	1	2	10
		Expected Count	3,2	1,6	1,0	1,2	,5	,9	,4	,3	,9	10,0
		% of Total	2,0%	1,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	3,0%	1,0%	2,0%	10,0%
		Residual	-1,2	-,6	,0	-1,2	-,5	-,9	2,6	,7	1,1	
	Total	**Count**	**32**	**16**	**10**	**12**	**5**	**9**	**4**	**3**	**9**	**100**
		Expected Count	**32,0**	**16,0**	**10,0**	**12,0**	**5,0**	**9,0**	**4,0**	**3,0**	**9,0**	**100,0**
		% of Total	**32,0%**	**16,0%**	**10,0%**	**12,0%**	**5,0%**	**9,0%**	**4,0%**	**3,0%**	**9,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Pada Tabel IV-11 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0.040 dan nilai *chi-square* sebesar 68.797. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0.040 < (0.05) maka ini berarti bahwa ada hubungan antara frekuensi berbelanja konsumen dengan produk yang dibeli oleh konsumen.

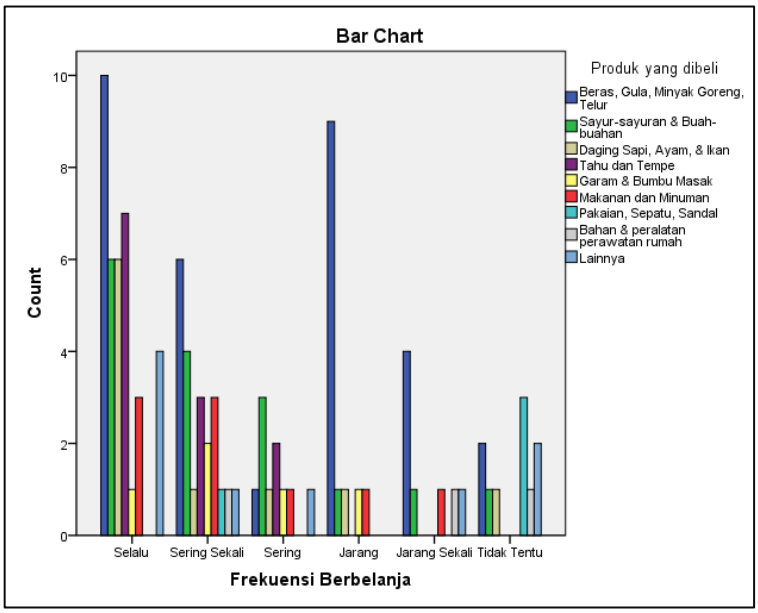
Tabel IV-11
***Chi Squere* Frekuensi dengan Produk yang Dibeli**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	68,797[a]	50	,040
Likelihood Ratio	63,150	50	,100
Linear-by-Linear Association	,348	1	,555
N of Valid Cases	100		

a. 51 cells (94,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,24.

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan antara frekuensi berbelanja konsumen dengan produk yang dibeli. Dalam arti, kebanyakan konsumen selalu (setiap hari) berbelanja produk beras, gula, minyak goreng, terigu, telur, sedangkan sering (3 kali seminggu) tidak berbelanja sembako, namun membeli sayuran, pakaian dan seterusnya, dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara frekuensi berbelanja konsumen dengan produk yang dibeli.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.8
Diagram Hubungan Frekuensi dengan Produk yang Dibeli

4.2.2.3 Hubungan Waktu Berbelanja dengan Produk yang Dibeli

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara waktu berbelanja konsumen dengan produk yang dibeli maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Dari hasil survei yang telah dilakukan, pada tabel *Case Processing Summary* berturut-turut konsumen yang berbelanja sebelum jam 05.00 sebanyak 10 orang membeli beras, minyak, gula dan telur. Sedangkan yang berbelanja pada jam 05.00-07.00 juga membeli beras, minyak, gula dan telur sebanyak 8 orang dan sebanyak 9 orang pula berbelanja pada jam 07.00-09.00 belanja membeli sembako. Pada Tabel IV-12 adalah hasil tabulasi silang antara waktu berbelanja yang dipilih oleh konsumen dengan produk yang dibeli.

Tabel IV-12
Tabulasi Silang Antara Waktu Berbelanja dengan Produk yang Dibeli

No.	Waktu Berbelanja		Produk yang Dibeli									Total
			Beras, Gula, Minyak Goreng, Telur	Sayur-sayuran & Buah-buahan	Daging Sapi, Ayam, & Ikan	Tahu dan Tempe	Garam & Bumbu Masak	Makanan dan Minuman	Pakaian, Sepatu, Sandal	Bahan & peralatan perawatan rumah	Lainnya	
1	< 05.00	Count	10	6	6	7	1	3	0	0	4	37
		Expected Count	11,8	5,9	3,7	4,4	1,9	3,3	1,5	1,1	3,3	37,0
		% of Total	10,0%	6,0%	6,0%	7,0%	1,0%	3,0%	,0%	,0%	4,0%	37,0%
		Residual	-1,8	,1	2,3	2,6	-,9	-,3	-1,5	-1,1	,7	
2	05.00 – 07.00	Count	6	4	1	3	2	3	1	1	1	22
		Expected Count	7,0	3,5	2,2	2,6	1,1	2,0	,9	,7	2,0	22,0
		% of Total	6,0%	4,0%	1,0%	3,0%	2,0%	3,0%	1,0%	1,0%	1,0%	22,0%
		Residual	-1,0	,5	-1,2	,4	,9	1,0	,1	,3	-1,0	
3	07.00 – 09.00	Count	1	3	1	2	1	1	0	0	1	10
		Expected Count	3,2	1,6	1,0	1,2	,5	,9	,4	,3	,9	10,0
		% of Total	1,0%	3,0%	1,0%	2,0%	1,0%	1,0%	,0%	,0%	1,0%	10,0%
		Residual	-2,2	1,4	,0	,8	,5	,1	-,4	-,3	,1	
4	09.00 – 12.00	Count	9	1	1	0	1	1	0	0	0	13
		Expected Count	4,2	2,1	1,3	1,6	,7	1,2	,5	,4	1,2	13,0
		% of Total	9,0%	1,0%	1,0%	,0%	1,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	13,0%
		Residual	4,8	-1,1	-,3	-1,6	,4	-,2	-,5	-,4	-1,2	
5	12.00 – 15.00	Count	4	1	0	0	0	1	0	1	1	8
		Expected Count	2,6	1,3	,8	1,0	,4	,7	,3	,2	,7	8,0
		% of Total	4,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%	1,0%	8,0%
		Residual	1,4	-,3	-,8	-1,0	-,4	,3	-,3	,8	,3	
6	15.00 – 18.00	Count	2	1	1	0	0	0	3	1	2	10
		Expected Count	3,2	1,6	1,0	1,2	,5	,9	,4	,3	,9	10,0
		% of Total	2,0%	1,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	3,0%	1,0%	2,0%	10,0%
		Residual	-1,2	-,6	,0	-1,2	-,5	-,9	2,6	,7	1,1	
	Total	**Count**	**32**	**16**	**10**	**12**	**5**	**9**	**4**	**3**	**9**	**100**
		Expected Count	**32,0**	**16,0**	**10,0**	**12,0**	**5,0**	**9,0**	**4,0**	**3,0**	**9,0**	**100,0**
		% of Total	**32,0%**	**16,0%**	**10,0%**	**12,0%**	**5,0%**	**9,0%**	**4,0%**	**3,0%**	**9,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

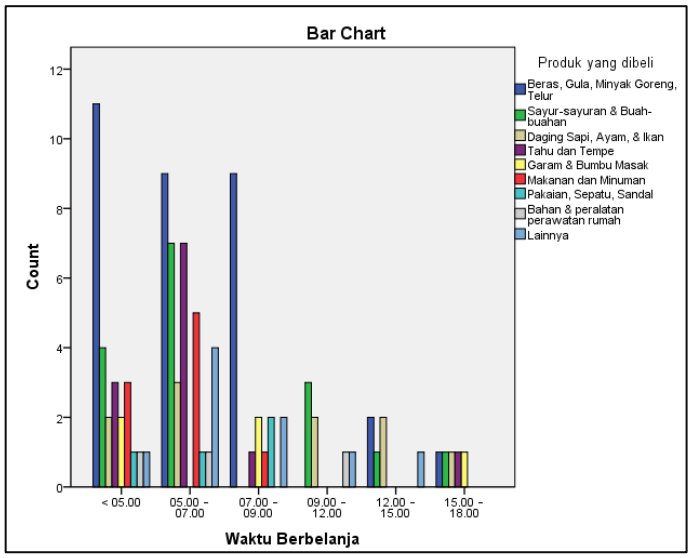
Pada Tabel IV-13 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0.397 dan nilai *chi-square* sebesar 51,964. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0.397 > (0.05) maka ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara waktu berbelanja dengan produk yang dibeli.

Tabel IV-13
Chi Squere Waktu Berbelanja dengan Produk yang Dibeli

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43,088[a]	40	,341
Likelihood Ratio	50,121	40	,131
Linear-by-Linear Association	,003	1	,959
N of Valid Cases	100		

a. 50 cells (92,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.
Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara waktu berbelanja konsumen dengan produk yang dibeli. Dalam arti, dapat konsumen yang berbelanja pada jam 05.00-07.00 berbelanja sayuran, dapat juga berbelanja sembako. Sedangkan berbelanja pada waktu sebelum jam 05.00, dapat juga berbelanja produk yang sama dan seterusnya. Demikian dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya. Atau dapat juga dikatakan waktu tidak berpengaruh terhadap produk yang dibeli. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara waktu berbelanja konsumen dengan produk yang dibeli di pasar.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.9
Diagram Hubungan Waktu Berbelanja dengan Produk yang Dibeli

4.3. Analisis Hubungan Pergerakan Konsumen dengan Variabel Aktivitas Berbelanja

Pada subab ini akan dibahas mengenai korelasi antara variabel-variabel pola pergerakan dengan variabel-variabel aktivitas berbelanja konsumen dengan menggunakan analisis tabulasi silang (*crosstabs).*

4.3.1 Hubungan Asal Pergerakan dengan Variabel Aktivitas Berbelanja Konsumen

4.3.1.1 Hubungan Asal Pergerakan dengan Frekuensi Berbelanja

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan penghasilan konsumen maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Dari hasil survei yang telah dilakukan, pada tabel *Case Processing Summary* berturut-turut konsumen yang selalu (setiap hari) berbelanja sebanyak 11 orang berasal dari Desa Arjasari. Sedangkan yang sering sekali (3-4 kali dalam seminggu) juga sebanyak 15 orang berasal dari Desa Arjasari. Pada Tabel IV-14 adalah hasil tabulasi silang antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan intensitas hari berbelanja.

Tabel IV-14
Tabulasi Silang antara Asal Pergerakan dengan Frekuensi

No.	Asal Pergerakan		Frekuensi						Total
			Selalu	Sering Sekali	Sering	Jarang	Jarang Sekali	Tidak Tentu	
1	Desa Arjasari	Count	11	6	1	3	3	2	26
		Expected Count	9,6	5,7	2,6	3,4	2,1	2,6	26,0
		% of Total	11,0%	6,0%	1,0%	3,0%	3,0%	2,0%	26,0%
		Residual	1,4	,3	-1,6	-,4	,9	-,6	
2	Desa Pinggirsari dan Patrolsari	Count	15	9	7	6	4	6	47
		Expected Count	17,4	10,3	4,7	6,1	3,8	4,7	47,0
		% of Total	15,0%	9,0%	7,0%	6,0%	4,0%	6,0%	47,0%
		Residual	-2,4	-1,3	2,3	-,1	,2	1,3	
3	Desa Lain di Kecamatan Arjasari	Count	9	6	2	3	1	2	23
		Expected Count	8,5	5,1	2,3	3,0	1,8	2,3	23,0
		% of Total	9,0%	6,0%	2,0%	3,0%	1,0%	2,0%	23,0%
		Residual	,5	,9	-,3	,0	-,8	-,3	
4	Desa di Luar Kecamatan Arjasari	Count	2	1	0	1	0	0	4
		Expected Count	1,5	,9	,4	,5	,3	,4	4,0
		% of Total	2,0%	1,0%	,0%	1,0%	,0%	,0%	4,0%
		Residual	,5	,1	-,4	,5	-,3	-,4	
	Total	**Count**	**37**	**22**	**10**	**13**	**8**	**10**	**100**
		Expected Count	**37,0**	**22,0**	**10,0**	**13,0**	**8,0**	**10,0**	**100,0**
		% of Total	**37,0%**	**22,0%**	**10,0%**	**13,0%**	**8,0%**	**10,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Pada Tabel IV-15 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0.976 dan nilai *chi-square* sebesar 6.216. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0.976 > (0.05) maka ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara asal pergerakan dengan intensitas frekuensi berbelanja konsumen.

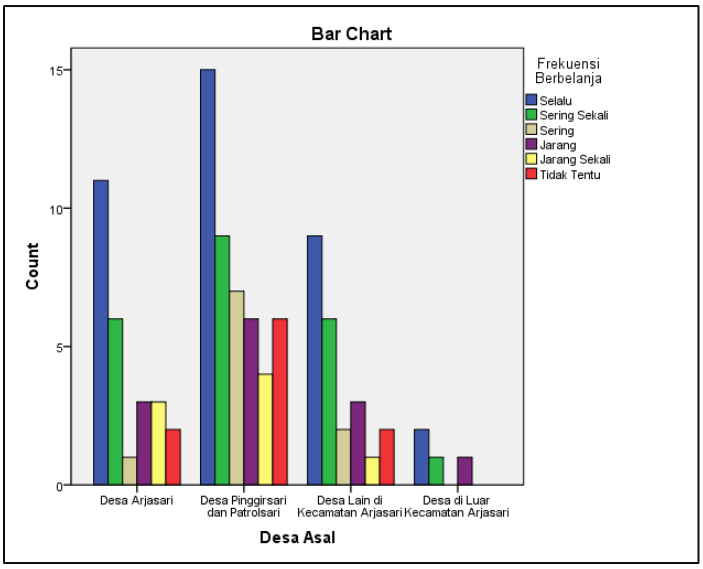
Tabel IV-15
***Chi Squere* Asal Pergerakan dengan Frekuensi Berbelanja**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,216[a]	15	,976
Likelihood Ratio	7,397	15	,946
Linear-by-Linear Association	,199	1	,656
N of Valid Cases	100		

a. 17 cells (70,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,32.

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan frekuensi hari berbelanja yang dilakukan. Dalam arti, asal Desa Arjasari ternyata tidak ditentukan oleh intensitas selalu (setiap hari) berbelanja. Konsumen yang sering (3-4 kali seminggu) berasal dari Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari, Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari ataupun desa dalam satu kecamatan dan seterusnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan frekuensi berbelanja.



Gambar 4.10
Diagram Hubungan Asal Pergerakan dengan Frekuensi Berbelanja

4.3.1.2 Hubungan Asal Pergerakan dengan Waktu Berbelanja

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan penghasilan konsumen maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Pada Tabel IV-16 adalah hasil tabulasi silang antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan intensitas hari berbelanja.

Tabel IV-16
Tabulasi Silang antara Asal Pergerakan dengan Waktu Berbelanja

No.	Asal Pergerakan		Waktu Berbelanja						Total
			> 05.00	05.00 – 07.00	07.00 – 09.00	09.00 – 12.00	12.00 – 15.00	15.00 – 18.00	
1	Desa Arjasari	Count	11	8	2	2	3	0	26
		Expected Count	7,3	9,6	4,4	1,8	1,6	1,3	26,0
		% of Total	11,0%	8,0%	2,0%	2,0%	3,0%	,0%	26,0%
		Residual	3,7	-1,6	-2,4	,2	1,4	-1,3	
2	Desa Pinggirsari dan Patrolsari	Count	13	17	8	3	3	3	47
		Expected Count	13,2	17,4	8,0	3,3	2,8	2,4	47,0
		% of Total	13,0%	17,0%	8,0%	3,0%	3,0%	3,0%	47,0%
		Residual	-,2	-,4	,0	-,3	,2	,6	
3	Desa Lain di Kecamatan Arjasari	Count	4	9	6	2	0	2	23
		Expected Count	6,4	8,5	3,9	1,6	1,4	1,2	23,0
		% of Total	4,0%	9,0%	6,0%	2,0%	,0%	2,0%	23,0%
		Residual	-2,4	,5	2,1	,4	-1,4	,9	
4	Desa di Luar Kecamatan Arjasari	Count	0	3	1	0	0	0	4
		Expected Count	1,1	1,5	,7	,3	,2	,2	4,0
		% of Total	,0%	3,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	4,0%
		Residual	-1,1	1,5	,3	-,3	-,2	-,2	
	Total	**Count**	**28**	**37**	**17**	**7**	**6**	**5**	**100**
		Expected Count	**28,0**	**37,0**	**17,0**	**7,0**	**6,0**	**5,0**	**100,0**
		% of Total	**28,0%**	**37,0%**	**17,0%**	**7,0%**	**6,0%**	**5,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Pada Tabel IV-17 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0.518 dan nilai *chi-square* sebesar 14.097. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0.518 > (0.05) maka ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara asal pergerakan dengan waktu berbelanja.

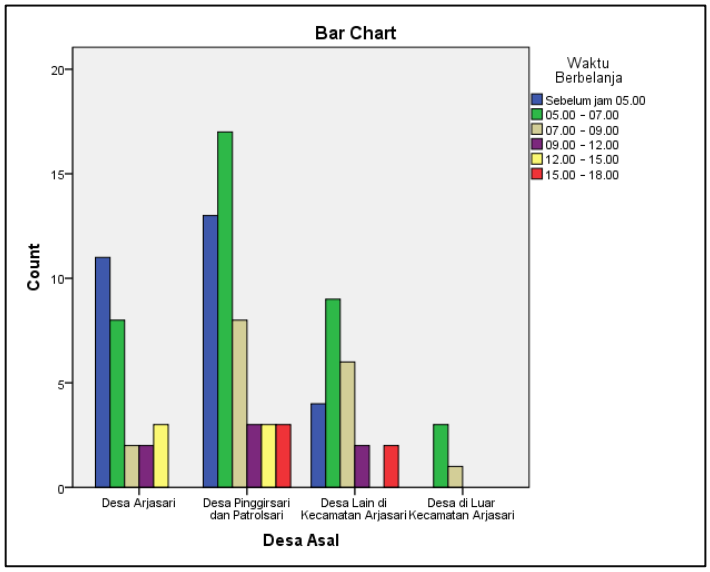
Tabel IV-17
***Chi Squere* Asal Pergerakan dengan Waktu Berbelanja**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,097[a]	15	,518
Likelihood Ratio	17,901	15	,268
Linear-by-Linear Association	,796	1	,372
N of Valid Cases	100		

a. 17 cells (70,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan waktu berbelanja yang dilakukan. Dalam arti, asal Desa Arjasari ternyata tidak ditentukan oleh berbelanja sebelum jam 05.00 pagi. Pada jam 07.00-09.00 berasal dari Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari, Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari ataupun desa dalam satu kecamatan dan seterusnya. Demikian dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan waktu berbelanja.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.11
Diagram Hubungan Asal Pergerakan dengan Waktu Berbelanja

4.3.1.3 Hubungan Asal Pergerakan dengan Produk yang Dibeli

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan penghasilan konsumen maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Pada Tabel IV-18 adalah hasil tabulasi silang antara Asal pergerakan dengan produk yang dibeli.

Tabel IV-18
Tabulasi Silang antara Asal Pergerakan dengan Produk yang Dibeli

No.	Asal Pergerakan		Produk yang Dibeli									Total
			Beras, Gula, Minyak Goreng,	Sayur-sayuran & Buah-buahan	Daging Sapi, Ayam, & Ikan	Tahu dan Tempe	Garam & Bumbu Masak	Makanan dan Minuman	Pakaian, Sepatu, Sandal	Bahan & peralatan perawatan rumah	Lainnya	
1	Desa Arjasari	Count	8	4	2	4	3	1	0	2	2	26
		Expected Count	8,3	4,2	2,6	3,1	1,3	2,3	1,0	,8	2,3	26,0
		% of Total	8,0%	4,0%	2,0%	4,0%	3,0%	1,0%	,0%	2,0%	2,0%	26,0%
		Residual	-,3	-,2	-,6	,9	1,7	-1,3	-1,0	1,2	-,3	
2	Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari	Count	15	9	6	3	2	5	3	0	4	47
		Expected Count	15,0	7,5	4,7	5,6	2,4	4,2	1,9	1,4	4,2	47,0
		% of Total	15,0%	9,0%	6,0%	3,0%	2,0%	5,0%	3,0%	,0%	4,0%	47,0%
		Residual	,0	1,5	1,3	-2,6	-,4	,8	1,1	-1,4	-,2	
3	Desa Lain di Kecamatan Arjasari	Count	7	1	2	5	0	3	1	1	3	23
		Expected Count	7,4	3,7	2,3	2,8	1,2	2,1	,9	,7	2,1	23,0
		% of Total	7,0%	1,0%	2,0%	5,0%	,0%	3,0%	1,0%	1,0%	3,0%	23,0%
		Residual	-,4	-2,7	-,3	2,2	-1,2	,9	,1	,3	,9	
4	Desa di Luar Kecamatan Arjasari	Count	2	2	0	0	0	0	0	0	0	4
		Expected Count	1,3	,6	,4	,5	,2	,4	,2	,1	,4	4,0
		% of Total	2,0%	2,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	4,0%
		Residual	,7	1,4	-,4	-,5	-,2	-,4	-,2	-,1	-,4	
	Total	**Count**	**32**	**16**	**10**	**12**	**5**	**9**	**4**	**3**	**9**	**100**
		Expected Count	**32,0**	**16,0**	**10,0**	**12,0**	**5,0**	**9,0**	**4,0**	**3,0**	**9,0**	**100,0**
		% of Total	**32,0%**	**16,0%**	**10,0%**	**12,0%**	**5,0%**	**9,0%**	**4,0%**	**3,0%**	**9,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Pada Tabel IV-19 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0. 586 dan nilai *chi-square* sebesar 21,895. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0. 586 > (0.05) ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara asal pergerakan dengan produk yang dibeli.

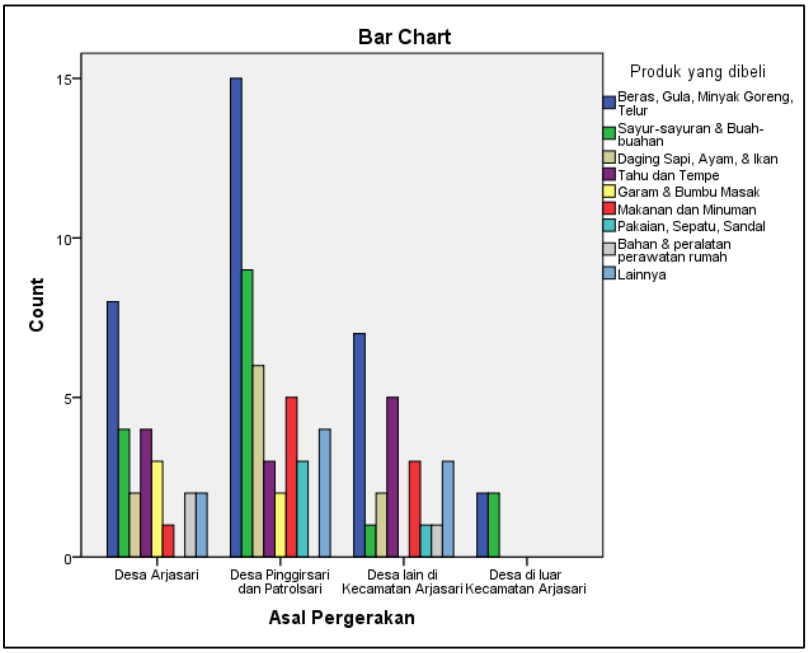
Tabel IV-19
***Chi Squere* Asal Pergerakan dengan Produk yang Dibeli**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,895[a]	24	,586
Likelihood Ratio	25,913	24	,358
Linear-by-Linear Association	,030	1	,862
N of Valid Cases	100		

a. 31 cells (86,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,12.

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan produk yang dibeli. Dalam arti, asal Desa Arjasari tidak ditentukan oleh produk yang dibeli seperti beras, gula, minyak goreng, telur, terigu. Produk yang dibeli berupa sembako konsumennya berasal dari Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari, Desa Pinggirsari dan Desa Patrolsari ataupun desa dalam satu kecamatan dan seterusnya. Demikian dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya. Dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara asal pergerakan konsumen dengan produk yang dibeli.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.12
Diagram Hubungan Asal Pergerakan dengan Produk yang Dibeli

4.3.2 Hubungan Moda Transportasi dengan Variabel Aktivitas Berbelanja Konsumen

4.3.2.1 Hubungan Moda Transportasi dengan Frekuensi Berbelanja

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan frekuensi konsumen maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Pada Tabel IV-20 adalah hasil tabulasi silang antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan frekuensi berbelanja.

Tabel IV-20
Tabulasi Silang antara Moda Transportasi dengan Frekuensi Berbelanja

No.	Moda Transportasi		Frekuensi						Total
			Selalu	Sering Sekali	Sering	Jarang	Jarang Sekali	Tidak Tentu	
1	Angkutan Umum	Count	7	2	3	1	3	2	18
		Expected Count	6,7	4,0	1,8	2,3	1,4	1,8	18,0
		% of Total	7,0%	2,0%	3,0%	1,0%	3,0%	2,0%	18,0%
		Residual	,3	-2,0	1,2	-1,3	1,6	,2	
2	Ojek	Count	7	9	3	4	1	3	27
		Expected Count	10,0	5,9	2,7	3,5	2,2	2,7	27,0
		% of Total	7,0%	9,0%	3,0%	4,0%	1,0%	3,0%	27,0%
		Residual	-3,0	3,1	,3	,5	-1,2	,3	
3	Mobil Pribadi	Count	2	2	0	0	0	1	5
		Expected Count	1,9	1,1	,5	,7	,4	,5	5,0
		% of Total	2,0%	2,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	5,0%
		Residual	,1	,9	-,5	-,7	-,4	,5	
4	Sepeda motor pribadi	Count	18	8	4	6	4	1	41
		Expected Count	15,2	9,0	4,1	5,3	3,3	4,1	41,0
		% of Total	18,0%	8,0%	4,0%	6,0%	4,0%	1,0%	41,0%
		Residual	2,8	-1,0	-,1	,7	,7	-3,1	
5	Berjalan kaki	Count	3	1	0	2	0	3	9
		Expected Count	3,3	2,0	,9	1,2	,7	,9	9,0
		% of Total	3,0%	1,0%	,0%	2,0%	,0%	3,0%	9,0%
		Residual	-,3	-1,0	-,9	,8	-,7	2,1	
	Total	**Count**	**37**	**22**	**10**	**13**	**8**	**10**	**100**
		Expected Count	**37,0**	**22,0**	**10,0**	**13,0**	**8,0**	**10,0**	**100,0**
		% of Total	**37,0%**	**22,0%**	**10,0%**	**13,0%**	**8,0%**	**10,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Pada Tabel IV-21 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0.388 dan nilai *chi-square* sebesar 21.153. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0.388 > (0.05) maka ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan frekuensi berbelanja konsumen.

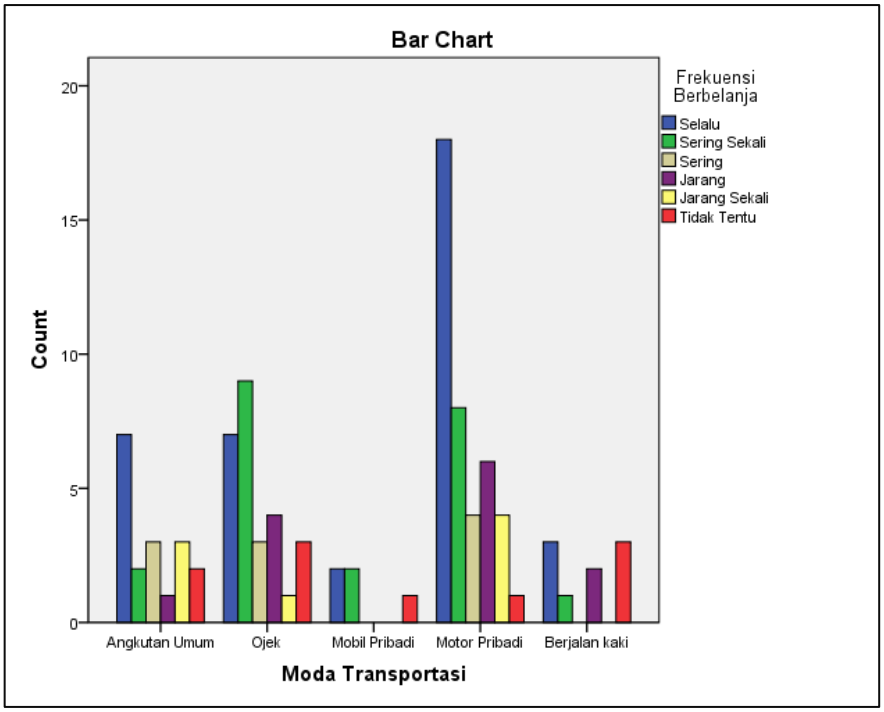
Tabel IV-21
***Chi Squere* Moda Transportasi dengan Frekuensi Berbelanja**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,153[a]	20	,388
Likelihood Ratio	23,116	20	,283
Linear-by-Linear Association	,081	1	,776
N of Valid Cases	100		

a. 24 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara moda transportasi dengan frekuensi waktu berbelanja yang dilakukan. Dalam arti, konsumen yang selalu berbelanja (setiap hari) ternyata tidak ditentukan oleh moda transportasi angkutan umum. Sedangkan konsumen yang jarang berbelanja (2 setiap seminggu sekali) menggunakan angkutan umum, ojek, ataupun sepeda motor pribadi dan seterusnya. Demikian dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara moda transportasi yang digunakan konsumen dengan frekuensi berbelanja.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.13
Diagram Hubungan Moda Transportasi dengan Frekuensi Berbelanja

4.3.2.2 Hubungan Moda Transportasi dengan Waktu Berbelanja

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan penghasilan konsumen maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Pada Tabel IV-22 adalah hasil tabulasi silang antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan waktu berbelanja.

Tabel IV-22
Tabulasi Silang antara Moda Transportasi dengan Waktu Berbelanja

No.	Moda Transportasi		Waktu						Total
			> 05.00	05.00 – 07.00	07.00 – 09.00	09.00 – 12.00	12.00 – 15.00	15.00 – 18.00	
1	Angkutan Umum	Count	8	4	2	1	1	2	18
		Expected Count	5,0	6,7	3,1	1,3	1,1	,9	18,0
		% of Total	8,0%	4,0%	2,0%	1,0%	1,0%	2,0%	18,0%
		Residual	3,0	-2,7	-1,1	-,3	-,1	1,1	
2	Ojek	Count	5	11	8	1	1	1	27
		Expected Count	7,6	10,0	4,6	1,9	1,6	1,4	27,0
		% of Total	5,0%	11,0%	8,0%	1,0%	1,0%	1,0%	27,0%
		Residual	-2,6	1,0	3,4	-,9	-,6	-,4	
3	Mobil Pribadi	Count	1	2	0	1	1	0	5
		Expected Count	1,4	1,9	,9	,4	,3	,3	5,0
		% of Total	1,0%	2,0%	,0%	1,0%	1,0%	,0%	5,0%
		Residual	-,4	,1	-,9	,7	,7	-,3	
4	Sepeda motor pribadi	Count	11	18	6	3	1	2	41
		Expected Count	11,5	15,2	7,0	2,9	2,5	2,1	41,0
		% of Total	11,0%	18,0%	6,0%	3,0%	1,0%	2,0%	41,0%
		Residual	-,5	2,8	-1,0	,1	-1,5	,0	
5	Berjalan kaki	Count	3	2	1	1	2	0	9
		Expected Count	2,5	3,3	1,5	,6	,5	,5	9,0
		% of Total	3,0%	2,0%	1,0%	1,0%	2,0%	,0%	9,0%
		Residual	,5	-1,3	-,5	,4	1,5	-,5	
	Total	**Count**	**28**	**37**	**17**	**7**	**6**	**5**	**100**
		Expected Count	**28,0**	**37,0**	**17,0**	**7,0**	**6,0**	**5,0**	**100,0**
		% of Total	**28,0%**	**37,0%**	**17,0%**	**7,0%**	**6,0%**	**5,0%**	**100,0%**

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Pada Tabel IV-23 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0.466 dan nilai *chi-square* sebesar 19.866. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0.466 > (0.05) maka ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan waktu berbelanja konsumen.

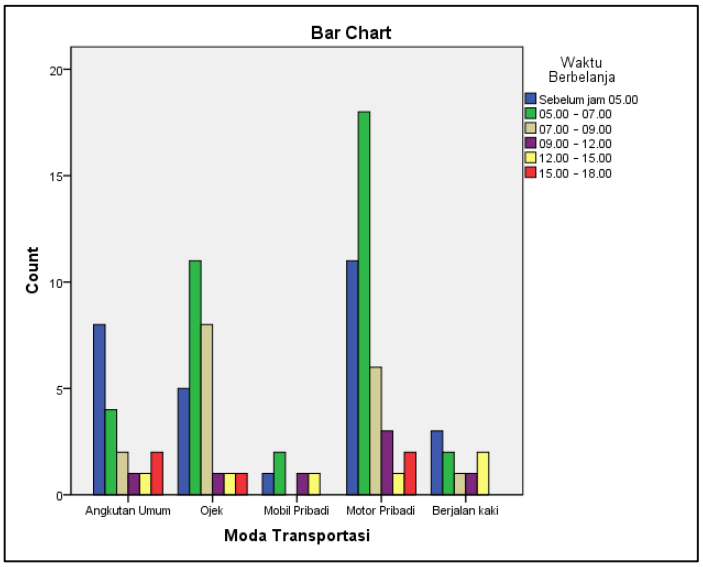
Tabel IV-23
***Chi Squere* Moda Transportasi dengan Waktu Berbelanja**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,866[a]	20	,466
Likelihood Ratio	18,477	20	,556
Linear-by-Linear Association	,000	1	,984
N of Valid Cases	100		

a. 23 cells (76,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,25.

Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara moda transportasi dengan frekuensi waktu berbelanja yang dilakukan. Dalam arti, konsumen yang selalu berbelanja pada jam 05.00-07.00 ternyata tidak ditentukan oleh moda transportasi angkutan umum. Pada waktu sebelum jam 05.00 berbelanja menggunakan angkutan umum, ojek, ataupun sepeda motor pribadi dan seterusnya. Demikian dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara moda transportasi yang digunakan konsumen dengan waktu berbelanja.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.14
Diagram Hubungan Moda Transportasi dengan Waktu Berbelanja

4.3.2.3 Hubungan Moda Transportasi dengan Produk yang Dibeli

Untuk melihat korelasi atau hubungan antara moda transportasi dengan penghasilan konsumen maka dilakukanlah analisis tabulasi silang (*crosstabs*). Pada Tabel IV-24 adalah hasil tabulasi silang antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan produk yang dibeli.

Tabel IV-24
Tabulasi Silang antara Moda Transportasi dengan Produk yang Dibeli

No.	Moda Transportasi		Produk yang Dibeli									Total
			Beras, Gula, Minyak Goreng, Telur	Sayur-sayuran & Buah-buahan	Daging Sapi, Ayam, & Ikan	Tahu dan Tempe	Garam & Bumbu Masak	Makanan dan Minuman	Pakaian, Sepatu, Sandal	Bahan & peralatan perawatan rumah	Lainnya	
1	Angkutan Umum	Count	4	5	2	4	0	1	0	1	1	18
		Expected Count	5,8	2,9	1,8	2,2	,9	1,6	,7	,5	1,6	18,0
		% of Total	4,0%	5,0%	2,0%	4,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%	1,0%	18,0%
		Residual	-1,8	2,1	,2	1,8	-,9	-,6	-,7	,5	-,6	
2	Ojek	Count	7	4	3	4	3	3	2	1	0	27
		Expected Count	8,6	4,3	2,7	3,2	1,4	2,4	1,1	,8	2,4	27,0
		% of Total	7,0%	4,0%	3,0%	4,0%	3,0%	3,0%	2,0%	1,0%	,0%	27,0%
		Residual	-1,6	-,3	,3	,8	1,7	,6	,9	,2	-2,4	
3	Mobil Pribadi	Count	1	1	0	0	0	1	0	0	2	5
		Expected Count	1,6	,8	,5	,6	,3	,5	,2	,2	,5	5,0
		% of Total	1,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	,0%	,0%	2,0%	5,0%
		Residual	-,6	,2	-,5	-,6	-,3	,6	-,2	-,2	1,6	
4	Sepeda Motor Pribadi	Count	15	6	3	4	1	4	2	1	5	41
		Expected Count	13,1	6,6	4,1	4,9	2,1	3,7	1,6	1,2	3,7	41,0
		% of Total	15,0%	6,0%	3,0%	4,0%	1,0%	4,0%	2,0%	1,0%	5,0%	41,0%
		Residual	1,9	-,6	-1,1	-,9	-1,0	,3	,4	-,2	1,3	
5	Berjalan kaki	Count	5	0	2	0	1	0	0	0	1	9
		Expected Count	2,9	1,4	,9	1,1	,5	,8	,4	,3	,8	9,0
		% of Total	5,0%	,0%	2,0%	,0%	1,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	9,0%
		Residual	2,1	-1,4	1,1	-1,1	,6	-,8	-,4	-,3	,2	
	Total	**Count**	**32**	**16**	**10**	**12**	**5**	**9**	**4**	**3**	**9**	**100**
		Expected Count	**32,0**	**16,0**	**10,0**	**12,0**	**5,0**	**9,0**	**4,0**	**3,0**	**9,0**	**100,0**
		% of Total	**32,0%**	**16,0%**	**10,0%**	**12,0%**	**5,0%**	**9,0%**	**4,0%**	**3,0%**	**9,0%**	**100,0%**

Sumber: Hasil Analisis Penelitian Pasar Arjasari, 2016

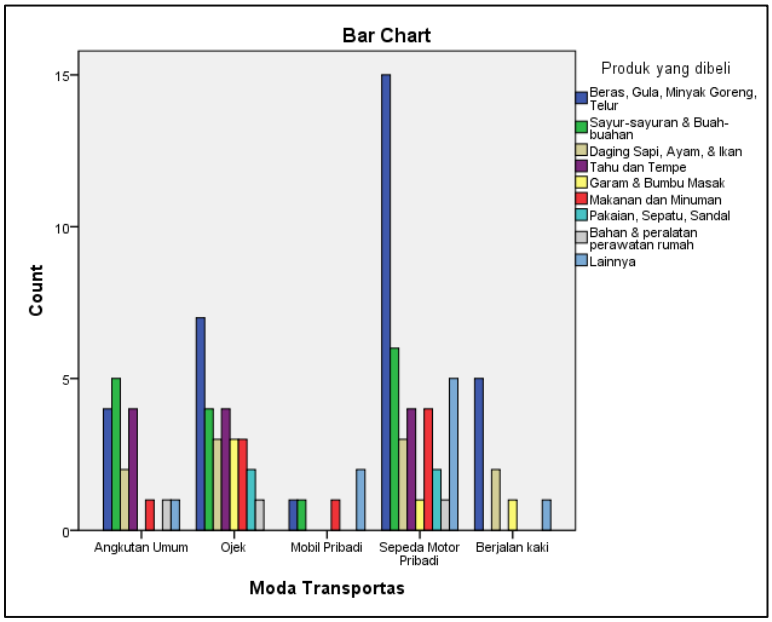
Pada Tabel IV-25 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *p-value* sebesar 0. 587 dan nilai *chi-square* sebesar 29,633. Hasil ini untuk membuktikan hipotesis yang dibuat dari hasil analisis. Karena nilai signifikansi 0. 587 > (0.05) maka ini berarti bahwa tidak ada hubungan antara moda transportasi yang dipilih oleh konsumen dengan produk yang dibeli.

Tabel IV-25
***Chi Squere* Moda Transportasi dengan Produk yang Dibeli**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29,633[a]	32	,587
Likelihood Ratio	34,793	32	,336
Linear-by-Linear Association	,001	1	,981
N of Valid Cases	100		

a. 41 cells (91,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,15.
Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Dari analisis di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara moda transportasi dengan produk yang dibeli. Yaitu konsumen yang menggunakan angkutan umum ternyata tidak ditentukan oleh produk yang dibeli seperti sembako. Sedangkan konsumen yang menggunakan sepeda motor pribadi atau ojek juga membeli sembako dan seterusnya, dapat dikembangkan berbagai kondisi lainnya, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara moda transportasi yang digunakan konsumen dengan produk yang dibeli.



Sumber: Penelitian Pasar Arjasari, 2016

Gambar 4.15
Diagram Hubungan Moda Transportasi dengan Produk yang Dibeli

4.4. Rekapitulasi Hubungan Variabel-variabel Pergerakan Konsumen dan Aktivitas Berbelanja

Berdasarkan hasil pengolahan data dan hasil analisis yang telah dilakukan matriks hubungan pergerakan konsumen dengan aktivitas berbelanja didapat kesimpulan mengenai penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Tabel IV-26
Tabel Hubungan Pergerakan Konsumen dengan Aktivitas Berbelanja

No.	Uraian	Pergerakan Konsumen		Aktivitas Berbelanja		
		Asal Pergerakan	Moda Transportasi	Frekuensi Berbelanja	Waktu Berbelanja	Produk yang Dibeli
1	Pergerakan Konsumen					
a)	Asal Pergerakan					
b)	Moda Transportasi	v				
2	Aktivitas Berbelanja					
a)	Frekuensi Berbelanja	x	x			
b)	Waktu Berbelanja	x	x	v		
c)	Produk yang Dibeli	x	x	v	x	

Sumber: Rekapitulasi Analisis Penelitian Pasar Arjasari 2016

Berdasarkan hasil rekapitulasi hubungan pada Tabel IV-26 di atas maka hubungan antara variabel-variabel pola pergerakan dengan karakteristik aktivitas berbelanja konsumen adalah sebagai beriku :

1) Variabel yang memiliki hubungan:
   a) Asal pergerakan dengan moda transportasi yang digunakan
   b) Frekuensi berbelanja dengan waktu berbelanja
   c) Frekuensi berbelanja dengan produk yang dibeli
2) Variabel yang tidak memiliki hubungan :
   a) Asal pergerakan dengan frekuensi berbelanja
   b) Asal pergerakan dengan waktu berbelanja
   c) Asal pergerakan dengan produk yang dibeli
   d) Moda transportasi dengan frekuensi berbelanja
   e) Moda transportasi dengan waktu berbelanja
   f) Moda transportasi dengan produk yang dibeli
   g) Waktu berbelanja dengan produk yang dibeli

Dari hasil analisis hubungan asal pergerakan konsumen dengan moda transportasi dipengaruhi oleh :

- Banyaknya kepemilikan kendaraan pribadi yaitu sepeda motor
- Perkerasan jalan berupa aspal dan beton sampai ke pelosok desa
- Aksebilitas dan kemudahan penggunaan sepeda motor maupun ojek, memungkinkan pemilihan moda tersebut menjadi pilihan utama
- Beririsan langsung dengan jalan raya Arjasari sehingga dapat dijangkau dengan mudah oleh angkutan umum maupun angkutan pribadi

Sedangkan hubungan frekuensi berbelanja dengan waktu berbelanja dipengaruhi oleh pasar tradisional yang relatif jam sibuk pasar terjadi di pagi hari, pasar selalu buka setiap hari, dan barang yang dijual berupa beras, gula, minyak goreng, terigu, telur, sayuran dan tahu tempe. Adapun hubungan frekuensi berbelanja dengan produk yang dibeli adalah kebutuhan pokok konsumen tersedia setiap hari, pasar tradisional merupakan penyedia kebutuhan sandang dan pangan, dan sembako merupakan produk utama pasar, banyaknya pedagang yang menyediakan beras, gula, minyak goreng, terigu, telur, sayuran dan tahu tempe.