

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
BUKU DI PASAR BUKU WILIS**

SKRIPSI

Oleh:

FEBRIANSYAH

NIM. 19680003



**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2024

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUKU DI
PASAR BUKU WILIS**

SKRIPSI

Oleh:

FEBRIANSYAH

NIM. 19680003

Diajukan Kepada:

Fakultas Sains dan Teknologi

**Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I)**

PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUKU DI PASAR BUKU WILIS

SKRIPSI

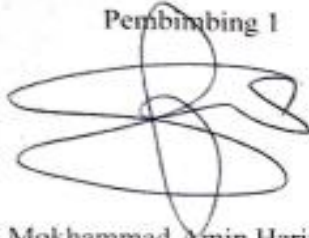
Oleh:

FEBRIANSYAH

NIM. 19680003

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji
Tanggal 04 Oktober 2024

Pembimbing 1



Dr. Ir. Mokhammad Amin Hariyadi, M.T
NIP. 196701182005011001

Pembimbing 2



Mubasyiroh, M.Pd.I
NIP. 197905022023212024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Ir. Mokhammad Amin Hariyadi, M.T
NIP. 196701182005011001

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN BUKU DI
PASAR BUKU WILIS**

SKRIPSI




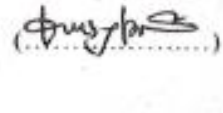
Oleh:

FEBRIANSYAH

NIM.19680003


Telah di Pertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima Sebagai
Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains dan Informasi

(S.S.I) Pada tanggal 04 Oktober 2024

| Susunan Dewan Penguji | Tanda Tangan |
|--|---|
| Ketua Penguji : <u>Dr. Ir. Mokhammad Amin Hariyadi, M.T</u> NIP. 196701182005011001 |  |
| Anggota Penguji I : <u>Ganis Chandra Puspitadewi, M.A</u> NIP. 199107212019032014 |  |
| Anggota Penguji II : <u>Annisa Fajriyah, M.A</u> NIP. 198801122020122002 |  |
| Anggota Penguji III : <u>Mubasyiroh, M.Pd.I</u> NIP. 197905022023212024 |  |

Mengetahui dan mengesahkan,
Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang




Dr. Ir. Mokhammad Amin Hariyadi, M.T
NIP. 196701182005011001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febriansyah
NIM : 19680003
Prodi : Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas : Sains dan Teknologi
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buku Di
Pasar Buku Wilis

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil tulisan saya melalui penelitian dan observasi secara langsung yang telah saya lakukan. bukan merupakan plagiasi, pengambilan data orang lain, ataupun ide orang lain yang saya akui sebagai tulisan ilmiah saya sendiri.

Seluruh data rujukan, serta sumber informasi sekunder yang saya gunakan dalam penulisan skripsi ini, telah saya cantumkan secara lengkap melalui sitasi yang sesuai. Daftar pustaka yang tertera di akhir dokumen ini mencakup semua sumber yang saya rujuk.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tulisan skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 22 September 2024
Yang membuat pernyataan



Febriansyah
19680003

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Zainuddin, M.A., selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sri Harini, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T., selaku Ketua Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi fakultas Saintek UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. sekaligus selaku dosen wali dan pembimbing, yang selalu memberikan banyak motivasi dan saran dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
4. Ibu Mubasyiroh M.Pd.I, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing pengerjaan skripsi ini hingga selesai.
5. Ibu Ganis Chandra Puspitadewi M.A, selaku dosen penguji I yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun dan (Alm) Bapak Firman Jati Pamungkas, M.Pd.I, dan Ibu Annisa Fajriyah, M.A., selaku dosen penguji II yang telah berkenan meluangkan waktu dan tenaga, dalam membimbing proses pengerjaan skripsi dari awal hingga terselesaikan skripsi ini.
6. Seluruh civitas akademik Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi yang telah memberikan ilmu serta pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Kepada Kepala Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Dr. Eko Sri Yuliadi, S.Sos.,MM yang mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di Pasar Buku Wilis.
8. Kepada para pengelola Pasar Wilis Bapak Slamet Santoso dan Staf Ayu Ratih Manjasari serta Petugas Kebersihan Bapak Sugeng Mashuri dan Bapak M.Yahya yang telah memberikan cukup banyak informasi kepada peneliti.

9. Kedua orang tua, Pak Amsari dan Ibu Arbainah (Almh) serta kakak saya Destiana yang telah memberikan dukungan moral, materi, maupun doa sehingga peneliti dapat merasakan Pendidikan Perkuliahan sampai akhir.
10. Ibu dr. Irma Suswati dan Ali Akbar selaku pemilik Kos APM Dermo 2A yang telah memberikan dukungan dalam berbagai bentuk selama perkuliahan.
11. Teman-teman semasa SMP hingga SMA yang terdekat Rahmad Ramadhan, Ardiansyah, Yahya Muhaimin, Aditya Haris, Heru, Abriela Ramadhani, Istiana Mara, Nailis Sa'adah, Vira Clowdyanty, Risma Yusrika, Windy Safitri, Cindy Putri Maulfani.
12. Kamar 08 Al- Ghazali 2019 Hanif, Zhafran, Mubin, Ali, Munir yang telah memberikan pengalaman selama di Mahad hingga sekarang.
13. Kepada teman-teman yang unik dan menghibur yaitu Azhar, Safril, Daffa, Rifqi, Hilmi, Andi, Jihad, Abiy, Fajar, Nu'man, Obi, Hilmi, Roziq, Ahfandi, Andika, Rizky, Sau, Valent, Azzam, Aulia, Annisa, Rofita, Rena, Adinda, Ainun, Felix.
14. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
15. Seluruh orang yang terlibat dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang perlu di perbaiki. Namun, peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat yang signifikan kepada para pembaca, khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Semoga tulisan ini dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi, baik bagi peneliti sendiri maupun bagi mahasiswa dan peneliti lainnya yang tertarik dengan topik ini. Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 22 September 2024

Febriansyah

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| ABSTRAK..... | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| مستخلص البحث..... | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5 Batasan Penelitian..... | 7 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 9 |
| 2.2 Landasan Teori | 13 |
| 2.2.1 Perilaku Konsumen..... | 13 |
| 2.2.2 Proses Pembelian dan Faktor-Faktor Pembelian | 15 |
| 2.2.3 Strategi Pemasaran dalam Keputusan Pembelian | 18 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 20 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 20 |
| 3.2 Alur Penelitian | 20 |
| 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian..... | 21 |
| 3.3.1 Tempat Penelitian (Pasar Wilis Kota Malang) | 21 |
| 3.4 Subjek dan Objek Penelitian | 21 |
| 3.4.1 Subjek penelitian..... | 21 |
| 3.4.2 Objek Penelitian..... | 21 |
| 3.5 Sumber Data..... | 22 |
| 3.5.1 Data Primer | 22 |
| 3.5.2 Data Sekunder | 22 |
| 3.6 Pengumpulan Data | 22 |
| 3.6.1 Observasi | 22 |
| 3.6.2 Wawancara..... | 22 |

| | | |
|---|--|------------|
| 3.6.3 | Dokumentasi | 25 |
| 3.7 | Instrumen Penelitian | 25 |
| 3.8 | Analisis Data | 26 |
| 3.8.1 | Data <i>Reduction</i> (Reduksi Data) | 26 |
| 3.8.2 | Data <i>Display</i> (Penyajian Data) | 27 |
| 3.8.3 | <i>Conclusion</i> Atau <i>Verification</i> (Penarikan Kesimpulan Verifikasi) | 27 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 28 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 28 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Pasar Wilis Kota Malang | 28 |
| 4.1.2 | Karakteristik Pedagang pasar di Wilis | 31 |
| 4.1.3 | Interaksi sosial antar Pedagang dan konsumen Buku Wilis | 33 |
| 4.1.4 | Deskripsi Data Narasumber | 35 |
| 4.1.5 | Deskripsi Hasil Wawancara | 36 |
| 4.2 | Pembahasan | 71 |
| 4.2.1 | Perilaku Konsumen dalam Pembelian Buku di Pasar Wilis ditinjau dari Aspek <i>Cognitive Component</i> | 71 |
| 4.2.2 | Perilaku Konsumen dalam Pembelian Buku di Pasar Wilis ditinjau dari Aspek <i>Affective Component</i> | 77 |
| 4.2.3 | Perilaku Konsumen dalam Pembelian Buku di Pasar Wilis ditinjau dari Aspek <i>Conative Component</i> | 81 |
| 4.2.4 | Keterkaitan Hasil Penelitian Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam | 84 |
| BAB V PENUTUP | | 97 |
| 5.1 | Kesimpulan | 97 |
| 5.2 | Saran | 98 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 99 |
| LAMPIRAN | | 106 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu | 11 |
| Tabel 3.1 Timeline Penelitian | 21 |
| Tabel 3.2 <i>Guide Interview</i> | 25 |
| Tabel 4.1 Identitas Informan | 35 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Alur Penelitian..... | 20 |
| Gambar 3.2 Model Analisis Data Miles dan Huberman | 26 |
| Gambar 4.1 Gambaran Umum Pasar Wilis | 28 |
| Gambar 4.2 Denah Pasar Buku Wilis | 30 |
| Gambar 4.3 Struktur Pegawai Dinas Pasar Buku Wilis..... | 30 |
| Gambar 4.4 Pedagang Pasar di Wilis | 32 |
| Gambar 4.5 Dokumentasi dengan Salah Satu Pedagang | 33 |
| Gambar 4.6 Knsumen di Pasar Wilis | 73 |
| Gambar 4.7 Aktivitas Konsumen di Pasar Wilis | 79 |

ABSTRAK

Febriansyah, 2023. **Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buku Di Pasar Buku Wilis. Skripsi. Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.**

Pembimbing : (I) Dr.Ir. Mokhamad Amin Hariyadi, MT (II) Mubasyiroh M.Pd.I

Kata kunci : Buku, Perilaku Konsumen, Pasar Wilis

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian buku dan terkait proses keputusan pembelian buku di Pasar Wilis Malang. Selama berada di Pasar Wilis, para pedagang silih berganti bertanya dengan ramah kepada konsumen, sedang mencari buku apa. Selain itu, mereka juga menawarkan buku-buku yang memang sering diburu masyarakat, seperti novel dari pengarang ternama di Indonesia dan buku referensi bagi pelajar, mahasiswa dan kalangan umum. Konsumen juga berbincang dengan salah satu pemilik toko buku di tempat ini menurutnya, masyarakat yang datang ke tempat ini seringkali mencari buku pelajaran, baik itu untuk sekolah ataupun kuliah. Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah Bagaimana Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buku Di Pasar Wilis ?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perilaku konsumen buku. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode analisis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif (*descriptive research*) yang bermaksud untuk mendeskripsikan hasil penelitian dan juga berusaha menemukan gambaran yang menyeluruh mengenai suatu keadaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dalam aspek *Cognitive Component* adalah tampilan fisik buku, isi buku, rekomendasi, ulasan, harga dan diskon. Pada aspek *Affective Component* adalah menggambarkan perasaan senang, suka, tenang, variasi buku dengan harga terjangkau, suasana yang nyaman, keberadaan penjual buku yang ramah dan informatif, suasana nyaman dan interaksi yang ramah dengan penjual buku di Pasar Wilis. Pada Aspek *Conative Component* adalah buku yang lebih beragam dan murah, interaksi personal dengan pedagang dan suasana yang nyaman. Pada perspektif Islam konsumen dalam melakukan pembelian buku di Pasar Wilis sesuai dengan kebutuhannya dan tidak boros.

ABSTRACT

Febriansyah, 2023. *An Analysis of Consumer Behavior in Book Purchasing at Wilis Book Market. Library and Information Science Study Program, Faculty of Science and Technology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang.*
Supervisor : (I) Dr. Ir. Mokhamad Amin Hariyadi, MT (II) Mubasiyoh M.Pd.I

Keywords : Books, Consumer Behavior, Wilis Market

*This thesis examines consumer behavior in purchasing books at Wilis Market, Malang, focusing on the decision-making process. Vendors here engage customers by inquiring about their book needs and recommending popular titles, such as novels by Indonesian authors and reference materials for students and the general public. Visitors often look for textbooks, either for school or university purposes. The research question is: "How can consumer behavior in book purchasing at Wilis Market be analyzed?" This study aims to describe book consumer behavior, using a qualitative approach and descriptive research methods to provide a comprehensive understanding of the findings. The research reveals several aspects of consumer behavior. In the **Cognitive Component**, factors like book appearance, content, recommendations, reviews, prices, and discounts are influential. The **Affective Component** reflects positive feelings, variety, affordability, and comfort in the market, as well as friendly and informative interactions with vendors. The **Conative Component** shows that consumers value affordable, diverse book options, personal interactions with sellers, and a welcoming atmosphere. From an Islamic perspective, purchases align with consumer needs without excess.*

مستخلص البحث

فبراير ٢٠٢٤. تحليل سلوك المستهلكين في شراء الكتب في سوق ويليس. البحث الجامعي، قسم علوم المكتبة والمعلومة، كلية العلوم والتكنولوجيا جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف الأول الدكتور محمد أمين هاريادي الماجستير، المشرفة الثانية مبشرة الماجستير.

الكلمات المفتاحية: كتاب، سلوك المستهلكين، سوق ويليس.

تناول هذا البحث سلوك المستهلكين في شراء الكتب وعملية اتخاذ القرار عنه في سوق ويليس مالانج، يقوم التجار بتوجيه أسئلة بشراء الكتب في سوق ويليس مالانج ودية للمستهلكين حول الكتب التي يبحثون عنها، كما يعرضون الكتب الأكثر طلباً، مثل الروايات وبحسب أحد أصحاب من مؤلفين مشهورين في إندونيسيا وكتب المراجع للطلاب والمجتمع المكتبات في المكان، فإن الزوار غالباً ما يبحثون عن الكتب الدراسية سواء للمدرسة أو الجامعة. يهدف هذا البحث لوصف (١) ملاءمة المواد التعليمية المستخدمة بمضمون المواد في إنجاز التعليم في المنهج المستقل في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الحادية عشرة جومبانج. أما طريقة التحليل في هذا البحث هي الطريقة الوصفية التي تهدف إلى وصف نتائج البحث وتقديم صورة شاملة عن الحالة. ونتائج هذا البحث، أن سلوك المستهلكين (١) في جانب المكون المعرفي هو المظهر المادي للكتاب ومحتوياته والتوصيات والمراجعات والأسعار والخصومات. (٢) في جانب المكون العاطفي مشاعر السعادة، والإعجاب، والهدوء، ومجموعة متنوعة من الكتب بأسعار معقولة، وأجواء مريحة، ووجود بائعي كتب ودودين وغنيين بالمعلومات، وأجواء مريحة وتفاعلات ودية مع بائعي الكتب في سوق ويليس. (٣) في جانب المكون المخروطي في الكتب الأكثر تنوعاً والأرخص، والتفاعل الشخصي مع المتداولين والأجواء المريحة. من وجهة نظر إسلامية، يشتري المستهلكون الكتب من سوق ويليس وفقاً لاحتياجاتهم ولا يهدرونها.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia usaha buku di Indonesia semakin ketat, setiap perusahaan atau toko bersaing untuk menarik pelanggan dan mempertahankan eksistensinya di pasar. Termasuk dalam bidang ritel yang saat ini tumbuh dan berkembang pesat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Semakin bertambahnya jumlah toko buku modern dan non modern di Indonesia membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk berbelanja. Hal ini memberikan keuntungan bagi para konsumen untuk dapat memilih toko yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Arie Susanto, 2018).

Banyak hal yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di sebuah toko buku. Selain pertimbangan ekonomi dan persaingan di pasar, aspek psikologis dan pengalaman berbelanja turut menjadi faktor kunci. Dalam konteks persaingan antara toko buku modern dan non modern, serta perubahan gaya hidup masyarakat, kebutuhan emosional seperti gengsi dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan menjadi perhatian utama bagi retailer buku. Pemahaman mendalam terhadap kompleksitas ini memungkinkan retailer memberikan pelayanan dan nilai tambah yang lebih baik bagi konsumennya (Solomon, 2014).

Toko buku yang hingga kini melakukan aktivitas jual beli adalah Pasar Buku Wilis sebagai tujuan berbelanja bagi masyarakat bahkan dari kalangan pelajar hingga mahasiswa yang mau membeli buku, baik itu terbitan baru ataupun buku keluaran lama. Di tengah banyaknya toko buku modern yang cukup besar seperti Gramedia, Togamas, dan Dian Ilmu dengan strategi promosi yang mereka lakukan, merupakan pesaing dari keberadaan eksistensi Pasar Buku Wilis dalam memenuhi kebutuhan buku konsumen.

Konsumen merupakan salah satu unsur terpenting dalam sebuah perusahaan, maka keberadaannya harus diperhatikan. Salah satu yang menjadi perhatian adalah bagaimana memahami kebutuhan (needs) dan keinginan (wants) para konsumen, hal tersebut menjadi suatu bentuk tuntutan tersendiri bagi para manajer dalam

memahami karakteristik konsumen. Apabila upaya perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen telah sesuai, maka pembelian ulang dengan sendirinya dapat terwujud (Kotler dan Keller, 2016).

Keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2016). Keputusan pembelian selayaknya menjadi pertimbangan para konsumen agar tidak terburu-buru untuk memilih. Konsumen harus jeli dan pintar untuk memilih suatu produk tertentu agar cocok dengan kebutuhan mereka karena persaingan perusahaan atau organisasi sekarang ini begitu ketat, sehingga membuat perusahaan atau organisasi harus dapat memainkan strategi pemasaran agar menarik minat konsumen untuk mampu memenangkan pasar. Persaingan pasar tersebut berimbas buruk terhadap konsumen karena banyak konsumen yang menjadi korban dari sponsor dan produk yang tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.

Dalam memenuhi kebutuhannya, konsumen berusaha untuk meminimalkan anggaran guna memaksimalkan kepuasannya (utilitas), hal tersebut sudah menjadi prinsip utama dalam terbentuknya perilaku konsumen. Sudah tidak menjadi rahasia umum lagi bahwa keputusan pembelian konsumen juga merupakan suatu proses yang kompleks dan multidimensi, karena konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya, dipengaruhi oleh banyak faktor seperti demografi, gaya hidup, bahkan nilai budaya sekalipun. Perusahaan atau pelaku bisnis perlu memahami dan mempelajari perilaku konsumen seperti tahap-tahap apa saja yang dilakukan oleh konsumen dalam proses keputusan pembeliannya.

Proses mempelajari dan memahami perilaku konsumen merupakan upaya dari strategi pemasaran yang dapat dilakukan perusahaan atau pelaku bisnis agar bisnis atau usaha mereka dapat berkembang dan menarik banyak konsumen. Mempelajari perilaku konsumen berarti perusahaan sedang memahami karakteristik pribadi konsumennya. Mempelajari tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen bagi perusahaan dapat memberikan arah dan pilihan strategis yang tepat bagi perusahaan agar usahannya dapat terus

berkembang dan maju.

Perilaku konsumen adalah studi untuk menjelaskan konsumen mengapa, apa, kapan dan bagaimana membeli suatu produk atau merek. Proses keputusan pembelian oleh konsumen meliputi berbagai tahap yang menjadi penentu keputusan seorang konsumen dalam memilih jasa atau barang yang ia butuhkan, tahap yang terdapat dalam proses ini dimulai dari kebutuhan yang hadir dari diri konsumen hingga bagaimana konsumen memandang jasa atau barang setelah pembelian (Joshua, 2017). Pemahaman bahwa perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, tetapi juga melibatkan proses internal yang kompleks. Proses keputusan pembelian yang terdiri dari tahap-tahap tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya membuat keputusan berdasarkan praktis, tetapi juga melibatkan pertimbangan emosional dan evaluasi pembelian.

Perilaku konsumen tersebut sejalan dengan Qur'an Surat Al-Maidah Ayat 87 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”* (QS. Al-Maidah: 87).

Tafsir al-Jalalain mengatakan Ayat ini diturunkan tatkala ada suatu kaum dari kalangan para sahabat yang bertekad menepati puasa dan melakukansalat di malam harinya; mereka tidak mau mendekati wanita-wanita, memakai wewangian, memakan daging dan tidur di ranjang/kasur. (Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu dan janganlah kamu melampaui batas.) janganlah kamu melanggar perintah Allah. (Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.)

Tafsir Al-Muyassar mengatakan Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian mengharamkan apa-apa yang baik-baik yang Allah halalkan bagi kalian dari berbagai jenis makanan dan minuman, serta menikahi wanita, sehingga kalian

mempersempit apa yang Allah lapangkan bagi kalian. Dan janganlah kalian melampaui batas-batasan apa saja yang telah Allah haramkan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat melampaui batas.

Berdasarkan penafsiran tersebut, ayat ini dapat kita fahami bahwa Allah SWT tidak melarang kita untuk memakan rezeki yang baik lagi halal dari Allah, namun kita dituntut untuk tidak bersikap melampaui batas atau bahkan kikir terhadap rezeki yang diberikan Allah tersebut. Selain itu juga yang dilakukan oleh manusia adalah sikap bersyukur dan bersikap sederhana.

Islam telah memberikan pedoman yang jelas mengenai perilaku konsumen Muslim dalam memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini terutama ditekankan bagi mereka yang diberi kelebihan rezeki oleh Allah SWT, di mana rezeki tersebut tidak hanya diperuntukkan bagi diri sendiri dan keluarga, tetapi juga untuk membantu orang lain yang membutuhkan (Rozayni, 2011).

Pengenalan kebutuhan yang juga dikenal sebagai pengenalan masalah merupakan tahap mendasar bagi konsumen guna memutuskan pembelian. Seorang pemasar harus memahami kebutuhan konsumen dan fokus untuk memuaskannya. mengenai pengenalan kebutuhan, pemasar dapat mengetahui kebutuhan konsumen dan membuat strategi pemasaran. Tahap selanjutnya ialah mencari informasi. Ketika seorang konsumen pergi ke pasar untuk membeli barang atau jasa maka konsumen mengingat kembali pemikirannya terhadap produk tersebut. Evaluasi alternatif muncul setelah pencarian informasi yang merupakan tahap kedua dari proses pengambilan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah tahap keempat dalam proses, setelah melewati 3 tahap sebelumnya, tahap ini merupakan inti atau puncak dari proses keputusan pembelian yang menentukan apakah suatu barang maupun jasa layak dibeli berdasarkan evaluasi dan informasi yang didasarkan pada identifikasi kebutuhan konsumen yang telah dilakukan sebelumnya (Qazzafi, 2016).

Pengetahuan masyarakat yang terus meningkat di era revolusi turut berdampak pada peningkatan pengetahuan pembeli dalam memutuskan pembelian. Kebutuhan konsumen saat ini lebih relevan dan lebih menjadi pertimbangan serta kemampuan konsumen dalam memilih dan membandingkan produk dan jasa satu

dengan lainnya semakin meningkatkan persaingan antar pemasar. Prioritas konsumen dan kemampuan mereka dalam mengevaluasi setiap barang dan jasa semakin berkembang (Kumbara, 2021).

Berbagai industri terdampak dengan adanya semua fenomena tersebut, tak terkecuali toko buku. Selaku salah satu fasilitas yang menyediakan literasi, toko buku memerlukan strategi penting terutama ditengah persaingan sengit dari pesaing dan terus meningkatkan fasilitas yang berbasis online. Penting bagi pemasar guna menerapkan strategi yang menjadi pembeda guna menarik konsumen (Joshua, 2017).

Pasar Wilis di Kota Malang merupakan salah satu pasar buku tradisional yang berhasil mempertahankan eksistensinya. Pasar ini terletak di dekat kawasan pendidikan, sehingga menjadi tujuan utama bagi para pencari ilmu yang ingin mendapatkan buku referensi (Arofah, 2019). Pasar Wilis menyediakan berbagai jenis buku, mulai dari buku bekas hingga buku terbaru, dan telah berdiri sejak tahun 1972. Namun, dengan berkembangnya teknologi dan menurunnya minat baca masyarakat saat ini, keberadaan pasar ini mulai dipertanyakan. Hal ini sejalan dengan laporan UNESCO dalam Qurtuby (2017), yang menyebutkan bahwa tingkat minat baca di Indonesia hanya mencapai satu orang dari setiap seribu penduduk (Fauroni, 2020).

Hambatan mahal nya harga buku baru oleh konsumen dapat teratasi karena kehadiran UMKM yang menjual buku bekas di Pasar Buku tersebut. Berdasarkan kebaruannya, terdapat 3 macam buku yang dijual di Pasar Buku Wilis, meliputi buku bekas, semi baru, dan buku baru. Konsumen yang memilih Pasar Buku Wilis guna memenuhi kebutuhan mereka pun berasal dari kalangan yang beragam, tak hanya dari pelajar saja. Bahkan jumlah pelajar di Kota Malang cukup banyak sehingga Pasar Buku Wilis menjadi destinasi yang tergolong ramai kepadatannya. Golongan pelajar yang disarpun beragam, para UMKM tidak hanya menasar buku pembelajaran di perguruan tinggi, namun juga di tingkat pendidikan wajib, termasuk Sekolah Menengah Atas, Sekolah Menengah Pertama, hingga jenjang dasar sehingga variasi pembeli turut berpengaruh (Fajar & Larasati, 2021)

Selain itu, buku-buku yang ditawarkan memiliki keragaman yang tinggi dari

variabel penerbit, sehingga konsumen memiliki pilihan dalam memilih dan memenuhi apa jenis buku yang mereka perlukan dan kesempatan memperoleh buku manapun dapat lebih berpeluang didapatkan di Pasar Buku Wilis. Pasar Buku Wilis Kota Malang selaku sentra interaksi jual beli kemudian memberikan urgensi tinggi terhadap pemberdayaan sumber daya manusia di daerah itu. UMKM menjadi terbantu melalui wadah yang ada di Pasar Buku ini, meskipun tidak dapat menampik adanya toko buku seperti Gramedia, Dian Ilmu dan Togamas dengan strategi marketing yang lebih modern, Pasar Buku Wilis tetap menjadi opsi utama bagi berbagai kalangan dibandingkan kompetitor lainnya dalam memenuhi kebutuhan buku mereka di Kota Malang.

Salah satu hal menarik yang ditawarkan Pasar Buku Wilis, selain menawarkan buku yang cukup lengkap dan harga yang cukup miring, para pengunjung atau konsumen juga dapat menikmati seni tawar menawar harga. Seringkali para pengunjung menawar buku dengan harga sangat murah, Namun ditolak para penjual, karena mereka tentu tidak akan mendapat keuntungan apabila menjual barang terlalu murah. Selain itu, banyak penjual di tempat ini yang bersedia membeli buku yang ditawarkan pengunjung yang memang ingin menjual buku yang miliki, untuk nantinya dijual kembali. Jadi, Proses tawar menawar tidak hanya terjadi saat penjual menawarkan buku yang mereka punya, tapi juga saat mereka hendak membeli buku untuk dijual kembali. Dengan koleksi buku yang cukup lengkap, harga yang cukup miring, dan tempat yang bersih dan tertata, Pasar Buku Wilis tentunya dapat menjadi solusi tempat bagi masyarakat untuk berburu buku yang mereka inginkan, apalagi untuk buku keluaran lama dan di anggap sudah langka (Fauroni, 2020).

Adanya hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian buku dan terkait proses keputusan pembelian buku di Pasar Wilis Malang. Selama berada di Pasar Wilis, para pedagang silih berganti bertanya dengan dengan ramah kepada konsumen, sedang mencari buku apa. Selain itu, mereka juga menawarkan buku-buku yang memang sering diburu masyarakat, seperti novel dari pengarang ternama di indonesia dan buku referensi bagi pelajar, mahasiswa dan kalangan umum. Konsumen juga berbincang dengan

salah satu pemilik toko buku di tempat ini menurutnya, masyarakat yang datang ke tempat ini seringkali mencari buku pelajaran, baik itu untuk sekolah ataupun kuliah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini Bagaimana Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buku Di Pasar Wilis ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perilaku konsumen buku.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat. Berikut adalah manfaat dari penelitian ini:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan penulis mengenai bagaimana perilaku konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk melihat apakah hasil penelitian sejalan dengan teori yang dikemukakan sehingga dapat menjadi bahan masukan dalam mengevaluasi penjualan dengan korelasi perilaku konsumen.

3. Manfaat Akademis

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan penelitian yang akan dilakukan dengan yang sejenis.

1.5 Batasan Penelitian

Terdapat beberapa batasan masalah dalam pelaksanaan penelitian ini, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Data penelitian ini hanya mencakup Pasar Buku Wilis, Malang Jawa Timur.
2. Pengambilan subjek dan objek hanya pedagang dan pelaku konsumen yang meliputi pelajar sekolah menengah atas, mahasiswa dan kalangan umum.
3. Periode pengambilan data hanya dalam periode 1 bulan karena sudah cukup

memberikan referensi peneliti mengenai informasi yang diperlukan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun untuk mempermudah penyusunan skripsi ini, sehingga penting untuk menentukan sistematika penulisan yang tepat.

Bab I : Pendahuluan

Bab ini merupakan bagian pendahuluan ini di dalamnya berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku yang berisi teori-teori besar (*grand theory*) dan teori-teori yang dirujuk dari pustaka penelitian kualitatif ini keberadaan teori baik yang dirujuk dari pustaka atau hasil penelitian terdahulu yang digunakan sebagai penjelasan.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti, alur penelitian, tempat dan timeline penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, tehnik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Bab hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan tentang “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buku Di Pasar Buku Wilis” Menggunakan Metode Miles Huberman. Yang akan dipaparkan dalam bentuk uraian dan tabel.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini memuat kesimpulan dan saran. Peneliti akan menyajikan pernyataan ringkas atau rangkuman dari hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya. Selanjutnya, penulis juga berusaha menyimpulkan dan memberikan saran dari hasil di lapangan yang penulis dapatkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu ini akan menjadi acuan dan referensi penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam pembelian buku dapat diuraikan sebagai berikut:

Penelitian Agus Subroto (2019) dengan judul Pengaruh Sikap Konsumen dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Ekuitas Merek Pada Toko Buku Gramedia Matos Malang. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh sikap konsumen dan lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh ekuitas merek. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan metode kuisioner yang dibagikan kepada para pengunjung. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 133 responden, penelitian digunakan analisis jalur dan dibantu dengan program statistic SPSS versi 17. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap konsumen dan lingkungan fisik secara parsial berpengaruh terhadap ekuitas merek. Sikap konsumen dan ekuitas merek secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan lingkungan fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ekuitas merek tidak memediasi sikap konsumen terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Qiqi An (2019) dengan judul Strategi Pemasaran 4V Toko Buku Fisik Berdasarkan Perilaku Konsumen. Penelitian bertujuan untuk mempelajari hubungan antara konsumen dan toko buku fisik, dan untuk meningkatkan dari Strategi 4V. Penelitian ini untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan konsumen dan toko buku fisik. Model yang digunakan VAR dan Tes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan toko buku fisik dipengaruhi oleh tingkat membaca digital, jumlah perpustakaan umum sosial dan publikasi nasional. Karena itu toko buku fisik perlu menangkap permintaan konsumen secara akurat dan menciptakan keunggulan yang tidak dimiliki oleh bacaan digital, sehingga diperlukan strategi 4v dan keakuratan toko buku fisik.

Penelitian Astin Naomi Saekoko dkk (2020) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone

Xiomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiomi Di Universitas Nusa Cendana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian Smartphone Xiomi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan purposive teknik sampling. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mengambil objek penelitian pada PT Universitas Nusa Cendana. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable psikologi dan pribadi paling berpengaruh variabel bagi konsumen dalam pembelian Smartphone Xiomi. Sedangkan indikator “Memiliki Bagus Kualitas” adalah alasan terbesar konsumen memutuskan untuk membeli Smartphone Xiomi.

Penelitian Evi Permatasari dkk (2022) dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk “(Literature Review Perilaku Konsumen)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kajian pustaka (Library Research). Mengaji teori dan hubungan atau pengaruh antar variabel dari buku-buku dan jurnal baik secara offline di perpustakaan dan secara online yang bersumber dari Scholar Google. Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian selanjutnya yang dapat dikembangkan lebih jauh adalah promosi , harga, dan produk berpengaruh terhadap pembelian ulang.

Penelitian Hari (2018) dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Gramedia Di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Toko Buku Gramedia di Kota Semarang. Tipe penelitian ini adalah penelitian eksplanasi. Sampel penelitian adalah sebanyak 150 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar ke tiga Toko Buku Gramedia di kota Semarang. Setiaptoko terdiri dari 50 orang responden yang merupakan pembeli di Toko Buku Gramedia. Data yang diperoleh dianalisa dengan menggunakan alat analisis berupa uji regresi linear sederhana, uji linear

berganda dan uji statistik menggunakan uji t dan uji F dengan bantuan program SPSS 19. Kesimpulan dari penelitian ini adalah secara simultan faktor lokasi, produk, harga, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gramedia Pandanaran dan Pemuda, tetapi tidak berpengaruh signifikan pada Gramedia Java Supermall. Faktor kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dibandingkan faktor yang lain pada *Gramedia Pandanaran dan Java Supermall*. Namun pada Gramedia Pemuda, faktor produk merupakan faktor yang paling dominan.

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu

| No. | Peneliti | Judul | Metode | Hasil |
|-----|---------------------|---|-----------------------|--|
| 1. | Agus Subroto (2019) | Pengaruh Sikap Konsumen Pengaruh Sikap Konsumen dan Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan Ekuitas Merek Pada Toko Buku Gramedia Matos Malang. | Deskriptif Kualitatif | Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen dan lingkungan fisik secara parsial berpengaruh terhadap ekuitas merek. Sikap konsumen dan ekuitas merek secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan lingkungan fisik secara fisik secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian ekuitas merek tidak memediasi sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. |
| 2. | Qiqi An (2019) | Strategi Pemasaran 4V Toko Buku Fisik Berdasarkan Perilaku Konsumen. | Deskriptif Kualitatif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan toko buku fisik dipengaruhi oleh tingkat membaca digital, jumlah perpustakaan umum sosial dan publikasi nasional. Karena itu |

| | | | | |
|----|--------------------------------|--|-----------------------|--|
| | | | | toko buku fisik perlu menangkap permintaan konsumen secara akurat dan menciptakan keunggulan yang tidak dimiliki oleh bacaan digital, sehingga di perlukan strategi 4v dan keakuratan toko buku fisik. |
| 3. | Astin Naomi Saekoko dkk (2020) | Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana. | Kualitatif Deskriptif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable psikologi dan pribadi paling berpengaruh variabel bagi konsumen dalam pembelian Smartphone Xiaomi. Sedangkan indikator “Memiliki Bagus Kualitas” adalah alasan terbesar konsumen memutuskan untuk membeli Smartphone Xiaomi. |
| 4. | Evi Permatasari dkk (2022) | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk “(Literature Review Perilaku Konsumen)”. | Deskriptif Kualitatif | Hasil penelitian promosi, harga, produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang |
| 5. | Hari (2018) | Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Gramedia Di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi | Deskriptif Kualitatif | Hasil Penelitian menunjukkan secara simultan faktor lokasi, produk, harga, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gramedia |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | keputusan pembelian konsumen Toko Buku Gramedia di Kota Semarang. | | Pandanaran dan Pemuda, tetapi tidak berpengaruh signifikan pada Gramedia Java Supermall. Faktor kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan dibandingkan faktor yang lain pada Gramedia Pandanaran dan Java Supermall. Namun pada Gramedia Pemuda, faktor produk merupakan faktor yang paling dominan. |
|--|--|---|--|--|

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, ditemukan persamaan dan perbedaan antara kelima penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan tersebut adalah yaitu sama-sama menganalisis perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kelima penelitian tersebut menggunakan metode yang berbeda, yaitu metode *observasi*, *wawancara*, *kuesioner*, *dokumentasi*. Sedangkan perbedaan kelima penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah terletak pada objek yang diteliti. Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian buku, seperti sikap konsumen, lingkungan fisik, ekuitas merek, promosi, harga, dan kualitas produk. Selain itu, faktor-faktor tersebut juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan pembelian ulang konsumen.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mengacu pada tindakan dan aktivitas terkait dari orang-orang yang terlibat secara khusus dalam pembelian dan penggunaan barang dan jasa ekonomi. Ini mencakup tindakan mental dan fisik (Wijaya,

2015) mendefinisikannya sebagai “studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, membuang produk, jasa atau ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan”. (Sujani, 2017) Kembali menjelaskan lebih jauh dengan mendefinisikannya sebagai “studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, membuang produk, jasa atau ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan”(Maemunah dkk, 2020).

Mengambil pendekatan serupa dalam mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang ditampilkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Informasi tentang konsumen dan perilakunya sangat diperlukan pada setiap tahap proses perancangan strategi pemasaran (Priansa, 2017)

Perilaku konsumen adalah studi tentang individu, kelompok, atau organisasi dan proses yang mereka gunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk, layanan, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. (Harman, 2017) Ini juga berkaitan dengan dampak sosial dan ekonomi yang ditimbulkan oleh perilaku pembelian dan konsumsi pada konsumen individu dan masyarakat yang lebih luas. Perilaku konsumen memadukan unsur-unsur dari psikologi, sosiologi, antropologi sosial, pemasaran dan ekonomi, khususnya ekonomi perilaku. Ini meneliti bagaimana emosi, sikap dan preferensi mempengaruhi perilaku pembelian. Karakteristik konsumen individu seperti demografi, gaya hidup kepribadian, dan variabel perilaku seperti tingkat penggunaan, kesempatan penggunaan, loyalitas, advokasi merek, kesediaan untuk memberikan rujukan, dalam upaya memahami orang keinginan dan konsumsi semuanya diselidiki dalam studi formal tentang perilaku konsumen. Studi tentang perilaku konsumen juga menyelidiki pengaruh, pada konsumen, dari kelompok-kelompok seperti keluarga, teman, olahraga, kelompok referensi, dan masyarakat pada umumnya (Susantri et al, 2018).

Tentunya perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis, yang dapat di jelaskan sebagai berikut. Faktor budaya berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, yang terdiri atas budaya, sub-budaya dan kelas sosial. Faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga. Faktor pribadi, seseorang juga dipengaruhi oleh usia dan tahapan daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep. Sedangkan faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap (Kotler & Armstrong, 2011).

Menurut (Kotler, 2018). indikator perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

1. *Cognitive component*

Kepercayaan konsumen dan persepsi tentang objek. Objek yang dimaksud adalah atribut produk, semakin positif kepercayaan terhadap suatu merek atau produk, maka keseluruhan komponen kognitif akan mendukung sikap secara keseluruhan menekankan bahwa kognitif sebagai bentuk atas kepercayaan akan terbentuk melalui pengetahuan, karena akan melalui proses mengetahui atribut dan manfaat yang mana mempengaruhi kepercayaan konsumen. (Pendidikan & Arab, 2021)

2. *Affective component*

Emosional yang merefleksikan perasaan seseorang terhadap suatu objek, apakah objek tersebut diinginkan atau disukai. Afektif juga mencerminkan motivasi yang mana seseorang akan mengalami dorongan emosi dan fisiologis. Dalam pembelian impulsif (*impulse purchase*), perasaan (afektif) yang kuat akan diikuti dengan pembelian. (Narut & Nardi, 2016)

3. *Konatif component*

Kecendrungan melakukan suatu tindakan, tindakan pada komponen konatif adalah keinginan berperilaku (*behavioral intention*), maka variabel tindakan pengujung dalam penelitian ini dapat di ukur dengan indikator atas produk yang diinginkan atau dipilih konsumen. (Nurlinda & Zuhirsyan, 2020)

2.2.2 Proses Pembelian dan Faktor-Faktor Pembelian

Proses pembelian konsumen merupakan tahapan yang dilalui oleh

konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa (Keller, 2016). Tahapan tersebut meliputi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Pada tahap pengenalan masalah, konsumen menyadari adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Selanjutnya, konsumen akan mencari informasi terkait produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya. Pada tahap evaluasi alternatif, konsumen akan membandingkan beberapa pilihan produk atau jasa berdasarkan kriteria tertentu. Setelah itu, konsumen akan mengalami perilaku pasca pembelian, di mana mereka akan mengevaluasi apakah produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan harapan. (Scharfstein & Gaurf, 2013)

Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam diri konsumen maupun dari luar. Menurut (Keller, 2016) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi Faktor-faktor yang memengaruhi terdiri dari budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor budaya meliputi budaya itu sendiri, sub-budaya, dan kelas sosial. Faktor sosial mencakup kelompok acuan, keluarga, peran, dan status. Faktor pribadi terdiri dari usia, tahap siklus hidup, jenis pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian. Sedangkan faktor psikologis mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap.

Selain itu faktor lain yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Produk harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, harga harus terjangkau, distribusi harus mudah diakses dan promosi harus efektif dalam menarik perhatian konsumen (Lystia et al., 2022). Faktor sosial juga mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Kelompok acuan, keluarga, peran, dan status sosial dapat mempengaruhi preferensi, kebiasaan, dan keputusan pembelian konsumen. Misalnya, rekomendasi dari teman atau keluarga dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk atau jasa (Wardhana et al., 2023). selain itu, status sosial seseorang juga dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya. Konsumen dengan status sosial yang lebih tinggi cenderung

memilih produk-produk yang dapat menunjukkan gengsi dan prestise mereka.

Karakteristik pribadi konsumen, seperti usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi, ekonomi, gaya hidup, dan keperibadian, juga mempengaruhi perilaku pembelian. Konsumen di usia yang berbeda cenderung memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda pula (Keller, 2016). misalnya, konsumen yang berusia muda cenderung lebih tertarik pada produk-produk yang trendy dan inovatif sedangkan konsumen yang berusia tua lebih memperhatikan aspek fungsionalitas dan keamanan.

Faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, dan sikap, juga mempengaruhi perilaku konsumen. Motivasi mendorong konsumen untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan persepsi mempengaruhi cara konsumen melihat dan menafsirkan informasi (Kanchanopast, 2022). Misalnya, konsumen yang termotivasi untuk memenuhi kebutuhan akan prestige cenderung memilih produk-produk dengan merek terkenal, sedangkan konsumen yang memiliki persepsi negaatif terhadap suatu merek mungkin mereka tidak akan membeli produk tersebut.

Selain faktor-faktor di atas, bauran pemasaran (marketing mix) juga mempengaruhi perilaku konsumen. Produk harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, harga harus terjangkau, distribusi harus mudah diakses, dan promosi harus efektif dalam menarik perhatian konsumen (Sri Aderafika Sani & Nuri Aslami, 2022). Misalnya, produk inovatif dan berkualitas tinggi akan menarik minat konsumen harga yang kompetitif akan membuat produk, dan promosi yang menarik akan meningkatkan kesadaran dan ketertarikan konsumen terhadap produk.

Proses pembelian konsumen terdiri dari lima tahap : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor, baik faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, maupun bauran pemasaran. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dapat membantu pemasar dalam merancang strategi pemasaran

yang efektif. Dengan mempertimbangan berbagai faktor ini, pemasar dapat lebih memahami kebutuhan kebutuhan, preferensi, dan proses pengambilan keputusan konsumen, sehingga dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih sesuai.

2.2.3 Strategi Pemasaran dalam Keputusan Pembelian

Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu perusahaan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan (Keller, 2016). Salah satu strategi pemasaran yang dapat diterapkan adalah strategi bauran pemasaran atau 4P (product, price, place, promotion).

- 1) Produk (Product) merupakan elemen pertama dalam bauran pemasaran. Produk harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menarik minat beli. Produk harus memastikan kualitas, fitur, dan desain produk yang menarik (Landscape & Central, 2018). Selain itu, inovasi produk juga penting untuk mengikuti tren pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Repository & Version, 2019).
- 2) Harga (Price) merupakan elemen kedua dalam bauran pemasaran. Harga yang sesuai dengan kualitas produk dan daya beli konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penetapan harga yang tepat juga dapat menjadi strategi untuk menarik konsumen, seperti harga promo atau potongan harga (Keller, 2016).
- 3) Tempat (Place) merupakan elemen ketiga dalam bauran pemasaran. Lokasi toko atau outlet yang strategis dan mudah dijangkau dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, distribusi produk yang efektif juga penting untuk memastikan ketersediaan produk di pasar (Landscape & Central, 2018).
- 4) Promosi (Promotion) merupakan elemen keempat dalam bauran dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, berbagai bentuk promosi dapat digunakan, seperti iklan, promosi penjualan, penjualan personal dan pemasaran

digital. (Keller, 2016).

Selain bauran pemasaran Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah strategi segmentasi, targeting, dan positioning (STP). Strategi STP membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan memahami pasar sasaran yang tepat, sehingga dapat mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang sesuai (Keller, 2016).

Strategi pemasaran berbasis teknologi juga dapat menjadi strategi yang efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pemanfaatan platform digital, seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi mobile, dapat memudahkan konsumen dalam mencari informasi, membandingkan produk, dan melakukan transaksi pembelian (Kushwaha & Shankar, 2013). Selain itu, strategi pemasaran yang berorientasi pada pengalaman konsumen juga dapat menjadi strategi yang efektif. Memberikan pengalaman positif dan menarik bagi konsumen, seperti toko yang nyaman, pelayanan yang baik, dan loyalitas, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Jadav & Patel, 2022).

Strategi pemasaran yang berfokus pada tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) juga dapat menjadi strategi yang efektif. Konsumen semakin memperhatikan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Konalingam et al., 2023). implementasi strategi pemasaran, perusahaan juga harus memperhatikan faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis (Keller, 2016). Pemahaman yang komprehensif terhadap perilaku konsumen dapat membantu perusahaan dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

BAB III

METODE PENELITIAN

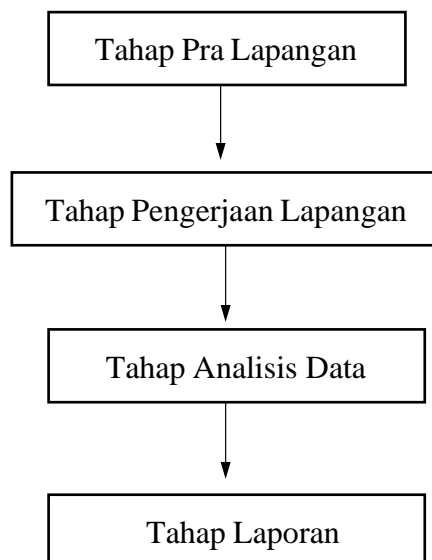
3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian secara rinci dan memberikan pemahaman menyeluruh mengenai suatu kondisi. Penelitian deskriptif ini berusaha memahami dan menginterpretasikan makna dari peristiwa serta interaksi perilaku manusia dalam situasi tertentu berdasarkan sudut pandang peneliti (Gunawan, 2014).

Pada penelitian ini, peneliti bermaksud meneliti dan mencari informasi dari fenomena perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis Kota Malang dengan memberi gambaran terkait proses keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3.2 Alur Penelitian

Alur Penelitian bertujuan untuk menggambarkan permasalahan secara terstruktur. Alur pada penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Alur Penelitian

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian (Pasar Wilis Kota Malang)

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Buku Wilis yang beralamat Jl. Simpang Wilis Indah, Kelurahan Gadingkasri, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Malang Jawa Timur.

Tabel 3.1 Timeline Penelitian

| No. | Kegiatan | Bulan | | | | | | | |
|-----|---|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| | | 2023 | | | | | | | |
| | | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Agt | Sept |
| 1. | Survei dan Observasi | | | | | | | | |
| 2. | Kajian literatur dan perencanaan penelitian | | | | | | | | |
| 3. | Penyusunan <i>guide interview</i> | | | | | | | | |
| 4. | Pengumpulan data | | | | | | | | |
| 5. | Analisis data | | | | | | | | |
| 6. | Penyusunan kesimpulan dan saran | | | | | | | | |

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

3.4.1 Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang dipermasalahkan. Pihak yang terlibat dalam penelitian ini dan memerankan predikat subjek adalah penjual buku dan konsumen atau pembeli. (Arikunto,2016)

3.4.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tertentu). Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen di pasar buku wilis malang, jawa timur. (Sugiyono, 2017).

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang diambil dari narasumber secara langsung tanpa melalui perantara. Narasumber dari penelitian ini yaitu penjual buku dan konsumen atau pembeli. Alasan peneliti meneliti ini karena untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Buku Wilis, Malang, Jawa Timur.

3.5.2 Data Sekunder

Sumber data sekunder didapatkan sebagai pelengkap dari data primer dimana data tersebut sudah ada dan dibuat oleh lain (Nugrahani, 2014). Sumber data sekunder berisikan buku, jurnal atau literasi lain yang membahas mengenai perilaku konsumen diharapkan dapat membantu peneliti untuk mengetahui proses keputusan pembelian dalam perilaku konsumen.

3.6 Pengumpulan Data

Pada penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data untuk memperoleh data yang dibutuhkan:

3.6.1 Observasi

Dalam metode ini, peneliti melakukan observasi langsung dengan mengunjungi lokasi penelitian. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mendapatkan informasi dari objek penelitian yang diamati secara langsung oleh panca indera. Informasi yang diperoleh kemudian akan digunakan untuk melengkapi hasil penelitian.

3.6.2 Wawancara

Wawancara didefinisikan sebagai “sebagai suatu proses interaksi langsung yang memperhadapkan dua individu untuk saling bertukar ide ataupun informasi lewat tanya jawab. Sehingga, dapat dikonstruksikan sebuah makna dalam suatu topik tertentu.”

Dengan kata lain, wawancara dapat dianggap sebagai salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan melalui sesi tanya jawab antara pewawancara dan narasumber, yang mengacu pada instrumen penelitian.

Peneliti melangsungkan wawancara untuk mendapat sumber data

primer. Pada penelitian ini wawancara dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada Pelaku Konsumen dalam Pembelian Buku Di Pasar Buku Wilis, Malang.

| No | Aspek | Indikator | Pertanyaan |
|----|---------------------|--------------------|---|
| 1. | Cognitive component | a. Proses berpikir | 1. Bagaimana cara Anda memilah buku yang mana yang cocok dengan Anda? 2. Mengapa Anda membeli buku ini? |
| | | b. Pengetahuan | 3. Apakah informasi yang Anda butuhkan? 4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda? |
| | | c. Keyakinan | 5. Apakah Anda yakin membeli buku ini? 6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut? 7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis? |
| | | d. Sikap konsumen | 8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis? 9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai? 10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk |

| | | | |
|----|---------------------|-----------------------|--|
| | | | <p>menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?</p> <p>11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?</p> <p>12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?</p> |
| 2. | Affective component | a. Pengalaman belanja | <p>13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?</p> <p>14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?</p> <p>15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?</p> <p>16. Seberapa besar penilaian terhadap penampilan buku memengaruhi keputusan pembelian Anda di di Pasar Wilis?</p> <p>17. Seberapa Fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?</p> <p>18. Bagaimana suasana pasar tradisonal di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yyang berbeda dan lebih</p> |

| | | | |
|----|--------------------|-------------------|---|
| | | | personal? 19. Menurut, Anda seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda? |
| | | b. Perasaan emosi | 20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul? |
| 3. | Conative component | c. Tindakan | 21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja? 22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis? |

Tabel 3.2 Guide interview

3.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data – data berupa dokumen untuk menggambarkan fenomena suasana penjualan serta pembelian di pasar buku wilis. Maka dari itu, teknik dokumentasi ini menjadi pelengkap dari observasi dan wawancara sebagai bentuk serangkaian dari penelitian kualitatif.

3.7 Instrumen Penelitian

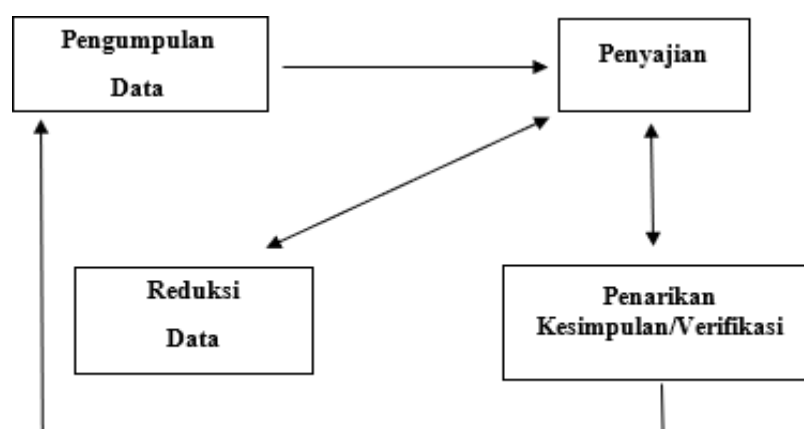
Untuk mencapai hasil penelitian, diperlukan instrumen yang sesuai. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data berdasarkan model

interaktif Miles dan Huberman. Selain itu, teknik untuk memeriksa keabsahan data dilakukan melalui triangulasi. Triangulasi adalah metode yang memanfaatkan sumber lain di luar data yang ada untuk memverifikasi dan membandingkan data tersebut (Moleong, 2013).

Terdapat empat tahapan dalam penelitian, yaitu: tahap pra-lapangan, tahap pelaksanaan di lapangan, tahap analisis data, dan tahap penyusunan laporan. Sebagai instrumen manusia, peneliti perlu berinteraksi dengan sumber data (Sugiyono, 2016:11). Peneliti berfungsi sebagai instrumen utama yang bertugas untuk menggali pemikiran dan pengalaman informan atau subjek penelitian (Bungin, 2013:66). Selain itu, peneliti juga berperan sebagai pengumpul data. Pengecekan data dilakukan untuk menguji keabsahan dan kredibilitas informasi yang diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data.

3.8 Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data model miles dan Huberman (Sugiyono, 2017). Dimana model penelitian ini terdiri atas tiga tahap:



Gambar 3.2 Model Analisis Data Miles dan Huberman

3.8.1 Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data dilakukan ketika jumlah data yang diperoleh selama penelitian terlalu banyak. Proses ini melibatkan pemilihan data-data penting atau inti yang relevan dengan kebutuhan penelitian, sehingga memudahkan

peneliti dalam mendapatkan gambaran yang jelas. Reduksi dapat diartikan juga sebagai merangkum; data yang dikumpulkan dari lapangan akan dicatat dan kemudian dianalisis.

Dengan kata lain, reduksi data adalah kegiatan yang dilakukan untuk memilih hal-hal pokok, fokus pada data penting, merangkum, serta mencari pola dan tema. Peneliti akan melakukan seleksi terhadap data yang diperoleh dari observasi, wawancara, atau dokumentasi dengan mempertimbangkan topik yang akan diteliti.

3.8.2 Data Display (Penyajian Data)

Setelah proses reduksi data, data yang telah dikumpulkan akan disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori. Hal ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami situasi yang terjadi serta merencanakan langkah selanjutnya.

3.8.3 Conclusion Atau Verification (Penarikan Kesimpulan Verifikasi)

Selanjutnya, dalam teknik analisis data Miles dan Huberman, tahap penarikan kesimpulan merupakan langkah penting. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan awal yang diajukan bersifat sementara dan dapat berubah jika terdapat bukti yang lebih kuat yang ditemukan di lapangan. Namun, jika kesimpulan yang diajukan didasarkan pada bukti yang kuat dan konsisten, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap final.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini, peneliti akan membahas secara terstruktur dan rinci tentang hasil wawancara yang telah dilakukan. pada saat di lapangan. terhadap seluruh informan yang terkumpul mengenai Analisis Perilaku Konsumen, Dari hasil wawancara muncul beberapa temuan signifikan mengenai preferensi konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, dan perubahan perilaku konsumen terkait pembelian buku di Pasar Wilis.

4.1.1 Gambaran Umum Pasar Wilis Kota Malang



Gambar 4.1 Gambaran Umum Pasar Wilis (Sumber : Hasil Data Peneliti, 2023)

Pasar Wilis secara resmi didirikan dan diakui secara administratif di Jl. Simpang Wilis Indah, Kelurahan Gadingkasri, Kecamatan Klojen, Kota Malang, sejak tahun 2003. Sebelum itu, Pasar Wilis bukanlah pasar formal, melainkan sekumpulan pedagang buku keliling dan semi permanen yang beroperasi di berbagai lokasi sejak tahun 1970-an. Sejarah mencatat bahwa pedagang di Pasar Wilis berasal dari berbagai daerah di Kota Malang yang kemudian disatukan. Beberapa lokasi tempat para pedagang buku tersebut beroperasi di Kota Malang meliputi: Blok M di Jl. Majapahit, area sekitar Splendid di depan gereja hingga jembatan, pegadaian dekat kantor pos alun-alun, Jl. Merdeka Selatan di depan toko Oen, serta sekitar jalan Mayjen Panjaitan.

Para pedagang telah berjualan sejak tahun 1970-an dan tersebar di berbagai lokasi tersebut. Namun, mayoritas pedagang berasal dari Jl. Majapahit dan sekitar Splendid. Menurut beberapa sumber, di dua lokasi tersebut terdapat pedagang yang memiliki toko serta pedagang kaki lima (PKL) dengan gerobak. Kemudian, pemerintah kota Malang melakukan relokasi untuk memindahkan para pedagang ke Jl. Simpang Wilis. Langkah ini diambil karena lokasi berjualan mereka mengganggu lalu lintas dan menyebabkan kemacetan. Beberapa lokasi lainnya, seperti dekat pegadaian, depan toko Oen, dan Jl. Mayjen Panjaitan, juga termasuk dalam pemindahan.

Akhirnya, pada tahun 2003, semua pedagang dipindahkan ke lokasi Pasar Wilis yang sekarang dikenal. Hal ini dibuktikan oleh dokumen resmi Pasar Wilis serta pernyataan dari kepala pasar yang menyatakan bahwa pendirian Pasar Wilis telah disahkan sesuai dengan SK Walikota Malang nomor: 511.2/42/420.310/2003. Dalam proses penataan dan pemilihan kios, pedagang yang menggunakan gerobak ditempatkan di bagian depan, sementara 22 pedagang yang sudah memiliki toko ditempatkan di sisi belakang Pasar Wilis. Pemilihan kios dilakukan melalui pengundian untuk menentukan nomor kios yang akan digunakan.

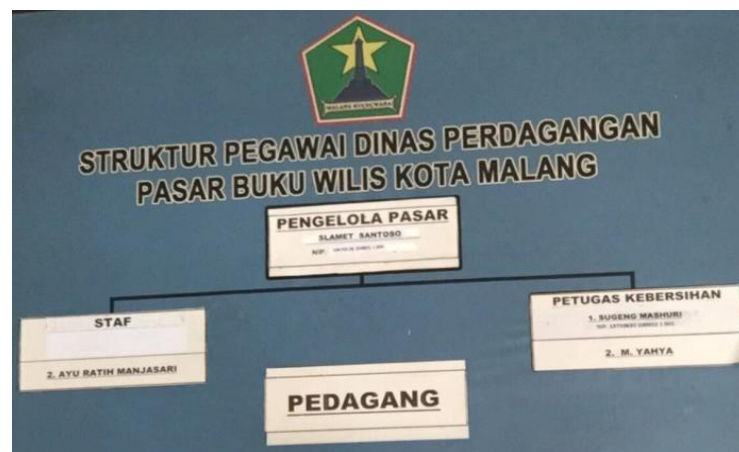
Sejak tahun 2003, para pedagang buku merasakan banyak perubahan. Perubahan ini terlihat sejak mereka dipindahkan dan seiring berjalannya waktu di Pasar Wilis yang sekarang. Saat awal perpindahan, banyak keluhan yang muncul, terutama mengenai sepi pengunjung. Hal ini disebabkan karena banyak orang belum mengetahui lokasi baru tempat berjualan para pedagang. Namun, seiring dengan meningkatnya jumlah pendatang di Kota Malang, Pasar Wilis mulai menjadi tempat yang dicari dan terus dibutuhkan untuk kebutuhan pendidikan. Dengan demikian, ini menciptakan persepsi bahwa suatu objek masih ada dan memiliki eksistensi (Hudori, 2017).

Hingga saat ini, Pasar Wilis telah mengalami banyak perkembangan dan perubahan. Mayoritas pedagang kini hampir semuanya telah beralih ke penjualan secara online. Ini merupakan salah satu contoh perubahan sosial yang terjadi sebagai respons terhadap tuntutan zaman menuju arah yang lebih

baik. Perubahan sosial ini bukanlah sesuatu yang asing, karena melibatkan perubahan dalam pola pikir, sikap, dan perilaku manusia.



Gambar 4.2 Denah Pasar Buku Wilis (Sumber : Hasil Data Peneliti, 2023)



Gambar 4.3 Struktur Pegawai Dinas Perdagangan Pasar Buku Wilis Malang (Sumber : Hasil Data Peneliti, 2023)

Struktur pegawai merupakan kerangka yang digunakan untuk mengatur dan mengorganisir hubungan antara individu dalam suatu entitas atau organisasi. Hal ini mencakup distribusi tugas, tanggung jawab, dan wewenang di antara anggota pegawai. Dinas Pasar Buku Wilis memiliki struktur pegawai yang terdiri dari berbagai unit dan tingkatan.

4.1.2 Karakteristik Pedagang pasar di Wilis

Di pasar, mayoritas pedagang adalah laki-laki karena mereka memiliki motivasi khusus untuk berdagang, yaitu untuk mendukung dan menafkahi keluarga mereka di rumah. Selain itu, banyak dari mereka juga berdagang buku sebagai pekerjaan sampingan dari pagi hingga sore. Sementara itu, meskipun terdapat pedagang perempuan, jumlahnya masih tergolong sedikit. Perbedaan jenis kelamin ini memengaruhi cara jual beli berbagai kebutuhan yang ada (Munir, 2014:25).

Ini disebabkan oleh kenyataan bahwa laki-laki cenderung lebih mampu menjual buku setiap harinya dibandingkan perempuan, yang sering kali lebih sibuk mengurus anak saat berdagang. Para pedagang buku, baik laki-laki maupun perempuan, umumnya berusia antara 26 hingga 60 tahun dan masih tergolong produktif. Selain itu, jenis buku yang dijual oleh pedagang juga sangat bervariasi.

Jenis buku yang dijual meliputi buku referensi, yang digunakan sebagai sumber rujukan dan berisi informasi singkat serta padat untuk tingkat sekolah dasar maupun perguruan tinggi. Contoh dari buku ini termasuk buku tematik, buku pendidikan, buku kesehatan, buku ekonomi, buku teknik, dan buku tentang pendidikan agama Islam (PAI). Pemilihan jenis buku ini didasarkan pada permintaan dari pembeli atau pelanggan. Meskipun mayoritas pedagang lebih banyak menjual buku referensi, mereka juga menawarkan jenis buku lainnya, seperti buku resep masakan, panduan sholat, dan cara budidaya ikan (Alwi, 2015).



Gambar 4.4 Pedagang Pasar di Wilis (Sumber : Hasil Data Peneliti, 2023)

Pendidikan merupakan aspek yang sangat krusial bagi setiap individu. Rata-rata tingkat pendidikan para pedagang masih tergolong menengah, yaitu lulusan SMP hingga SMA, dan beberapa di antaranya bahkan tidak pernah mengenyam pendidikan formal. Hanya sedikit pedagang yang telah menempuh pendidikan hingga tingkat sarjana. Dengan memiliki pendidikan, seseorang dapat bersaing di pasar kerja.

Pedagang dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi menerapkan penjualan buku yang terbaru dan menggunakan strategi untuk menarik minat konsumen, yang telah menjadi bagian dari budaya pasar. Berbeda dengan pedagang yang memiliki pendidikan rendah, mereka cenderung mengandalkan satu jenis buku dan kurang memanfaatkan media online. Asal daerah para pedagang juga bervariasi, dengan beberapa berasal dari Makasar, Tuban, Gersik, dan Surabaya. Sebagian besar pedagang berasal dari kota Malang. Untuk pedagang yang datang dari luar daerah, mereka kini telah menetap dan bahkan menjadi warga Malang. Perpindahan para pedagang dari kota asal mereka memiliki tujuan tertentu, yaitu untuk meningkatkan kualitas pekerjaan mereka dibandingkan sebelumnya (Mantra, 2014).

Asal daerah para pedagang juga memengaruhi lamanya mereka berjualan. Beberapa pedagang telah berjualan selama 15 tahun, sejak pasar Wilis didirikan, sementara yang lainnya telah berjualan antara 10 hingga 13 tahun. Terkait dengan modal dan pendapatan pedagang, terdapat dua jenis modal. Pertama, modal milik sendiri, yang berasal dari individu dan telah

menjadi sumber pendapatan serta tabungan untuk masa depan. Kedua, modal campuran, yang merupakan gabungan antara uang pribadi dan dana dari pihak lain (Mazzarol & Rebound, 2020). Namun, hanya sebagian pedagang yang menggunakan modal campuran, yang berasal dari orang tua mereka dan dukungan dari pihak penerbit. Pendapatan yang diperoleh pedagang juga bersifat tidak tetap, karena tergantung pada tingkat keramaian pasar dan jumlah pembeli (Marsono, 2018).

Ketika memasuki periode ramai pembeli, seperti pada bulan ajaran baru, para pedagang bisa memperoleh penghasilan antara Rp. 900.000 hingga Rp. 9.000.000 setiap bulan. Sebaliknya, saat pasar mengalami periode sepi, seperti pada musim hujan atau awal tahun, penghasilan pedagang hanya berkisar antara Rp. 20.000 hingga Rp. 500.000 per bulan. Meskipun pendapatan tersebut bervariasi, para pedagang tetap merasa cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, setelah dikurangi biaya iuran pasar dan uang makan sebesar Rp. 50.000.



Gambar 4.5 Dokumentasi dengan Salah Satu Pedagang di Pasar Buku Wilis (Sumber : Hasil Data peneliti, 2023)

4.1.3 Interaksi sosial antar Pedagang dan konsumen Buku Wilis

Interaksi sosial antara pedagang dan konsumen berlangsung melalui hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Pedagang memerlukan konsumen untuk membeli barang yang mereka jual, sementara konsumen membutuhkan penjual untuk menyediakan barang dan jasa yang mereka perlukan. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial antara penjual dan pembeli tergolong kepada interaksi sosial asosiatif dengan bentuk kerja sama

(*cooperation*). Interaksi sosial antara pedagang dan konsumen baik itu peningkatan, pendorong atau penurunan, hambatan dapat dipengaruhi oleh 4 faktor utama yaitu jumlah pengunjung (ramai atau sepi), faktor cuaca (panas atau hujan), faktor pembeli (usia, jenis kelamin, sifat), dan faktor kelelahan. (Panggabean, 2017).

Adanya tujuan pribadi dapat berfungsi sebagai pendorong dalam proses interaksi sosial. Tujuan tersebut meliputi upaya untuk membangun hubungan yang lebih dekat, terutama di antara sesama pedagang buku, serta menciptakan rasa kekeluargaan yang dapat memberikan kenyamanan bagi masing-masing pihak. Pemahaman terhadap situasi juga menjadi faktor pendorong bagi para pedagang untuk berinteraksi. Sifat pedagang dan konsumen juga menjadi faktor yang mendorong interaksi sosial, pedagang harus mampu menjelaskan produk yang ditawarkan dengan baik dan interaktif, untuk dapat membuat konsumen merasa tidak terpaksa, “nyambung” dengan yang ditawarkan penjual dan merasa sesuai dengan yang dibutuhkan secara kognitif dan emosional. Tentu saja hal ini akan terjadi apabila ada interaksi yang baik antara penjual maupun pembeli. Interaksi sosial yang baik sangat berperan penting dalam pengambilan keputusan pembeli untuk membeli suatu (Parise & Kafka, 2016).

Faktor penghambat merupakan elemen yang dapat menghalangi interaksi sosial antara individu atau kelompok (Santosa, 2017). Salah satu hambatan yang muncul adalah hambatan sosiologis, yang berkaitan dengan perbedaan status, tingkat pendidikan, dan kekayaan. Seorang pedagang merasa tidak nyaman dalam berinteraksi karena memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah dibandingkan dengan pedagang lainnya. Kesulitan dalam berinteraksi sosial ini disebabkan oleh kesulitan dalam berdiskusi dengan konsumen, yang berakar dari minimnya pemahaman tentang kehidupan sekolah yang dialami oleh pedagang tersebut.

4.1.4 Deskripsi Data Narasumber

Tabel 4.1 Identitas Informan

| No | Nama | Profesi |
|-----|-------------------------------------|---------------|
| 1. | Galuh Dwi Putri A | Pelajar |
| 2. | Achmad Hilmi Fuadu | Pelajar |
| 3. | Annisa | Pelajar |
| 4. | Mujtaba Alfian Nur | Mahasiswa |
| 5. | Yudhistira Ananta | Mahasiswa |
| 6. | Daffa Afrizal Achmad | Mahasiswa |
| 7. | Khoirul Anam | Mahasiswa |
| 8. | Zufar Akmal | Mahasiswa |
| 9. | Gana Adi Feldialdi | Mahasiswa |
| 10. | Raisha Azzahra Arna | Mahasiswa |
| 11. | Shofuriya | Mahasiswa |
| 12. | Daniel Lutvi Prihandanu | Mahasiswa |
| 13. | Cakrawala Yedija Barus | Mahasiswa |
| 14. | Rieke Dewi | Mahasiswa |
| 15. | Siti Aisyah | Mahasiswa |
| 16. | Amanda Puspitarani | Mahasiswa |
| 17. | Rifat Nerdayansyah | Mahasiswa |
| 18. | Nur Afni Maulidia | Mahasiswa |
| 19. | Aulia Makhzun | Mahasiswa |
| 20. | Ahmad Maulana | Mahasiswa |
| 21. | Adam Chesar Gunawan | Mahasiswa |
| 22. | M. Hilmi Usamah Dzulfiqri Qomarudin | Mahasiswa |
| 23. | M. Nu'man Ashfahany | Mahasiswa |
| 24. | Akbar Gunawan Siregar | Mahasiswa |
| 25. | Dimas Noval Alfa | Mahasiswa |
| 26. | Farida | Kalangan Umum |
| 27. | Nurul Isyaroh | Kalangan Umum |
| 28. | Siska Aulia | Kalangan Umum |
| 29. | Muthi | Kalangan Umum |
| 30. | Alfan Sujefri | Kalangan Umum |

(Sumber : Diolah Peneliti, 2023)

Tabel di atas memuat informasi mengenai narasumber atau informan dalam penelitian ini. Narasumber atau informan dalam penelitian ini adalah pembeli di Pasar Buku Wilis. Dari segi profesi, narasumber dikelompokkan menjadi tiga kategori utama. Pertama, kategori Pelajar melibatkan individu yang sedang dalam fase pendidikan dasar atau menengah, seperti Galuh Dwi Putri A, Achmad Hilmi Fuadu, dan Annisa. Kedua, kategori Mahasiswa mencakup mereka yang sedang menempuh pendidikan tinggi di berbagai perguruan tinggi atau universitas, seperti Mujtaba Alfian Nur, Yudhistira Ananta, dan Amanda Puspitarani. Terakhir, kategori Kalangan Umum mencakup individu dari latar belakang yang lebih luas, seperti Farida, Nurul Isyaroh, dan Alfian Sujefri, yang mungkin mewakili masyarakat umum dengan berbagai profesi.

4.1.5 Deskripsi Hasil Wawancara

1. *Cognitive Component*

Tabel 4.2 Transkrip Wawancara Variabel *Cognitive Component*

| Nama Informan | kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|--------------------|------|--|--|
| Galuh Dwi Putri A | 1 | "Saya biasanya melihat judul dan sampul bukunya dulu. Kalau judulnya menarik dan sampulnya bagus, saya akan baca sinopsisnya. Kalau sinopsisnya juga menarik, saya akan beli bukunya." | Informan memilah buku berdasarkan judul, sampul, dan sinopsis. Hal ini menunjukkan bahwa Informan tertarik dengan tampilan fisik buku dan isi bukunya. |
| Achmad Hilmi Fuadi | 1 | "Saya biasanya mencari buku yang sesuai dengan minat saya. Kalau saya suka baca novel, saya akan cari novel. Kalau saya suka baca buku nonfiksi, saya akan cari buku nonfiksi." | Informan memilah buku berdasarkan minatnya. Hal ini menunjukkan bahwa informan ini memiliki minat yang spesifik dalam membaca buku. |

| | | | |
|--------------------|---|---|--|
| Annisa Rahma | 1 | "Saya biasanya melihat rekomendasi dari teman atau orang lain. Kalau ada teman atau orang lain yang merekomendasikan buku yang bagus, saya akan coba baca." | Informan memilah buku berdasarkan rekomendasi dari orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa Informan percaya dengan pendapat orang lain dalam memilih buku. |
| Mujtaba Alfian Nur | 1 | "Saya biasanya melihat ulasan buku di internet. Kalau ulasan bukunya bagus, saya akan beli bukunya." | Informan memilah buku berdasarkan ulasan di internet. Hal ini menunjukkan bahwa informan mencari informasi tambahan sebelum membeli buku. |
| Yudhistira Ananta | 1 | "Saya biasanya melihat harga bukunya. Kalau harganya murah, saya akan beli bukunya." | Informan memilah buku berdasarkan harga. Hal ini menunjukkan bahwa informan mempertimbangkan faktor ekonomi dalam membeli buku. |

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilah buku di Pasar Buku Wilis, yaitu:

- Tampilan fisik buku Tampilan isi buku adalah bagian penting dari buku yang membantu pembaca untuk mengenali struktur dan konten buku tersebut, seperti judul, sampul, dan ukuran.
- Isi buku Isi buku adalah inti dari keseluruhan karya. Ini mencakup semua informasi, cerita, atau pengetahuan yang ingin disampaikan oleh penulis kepada pembaca., seperti genre, tema, dan penuli

- Minat konsumen adalah ketertarikan atau keinginan yang dimiliki oleh individu atau kelompok terhadap produk atau layanan tertentu.
- Rekomendasi dari orang lain ; Ketika seseorang menerima rekomendasi positif tentang suatu produk atau layanan dari teman, keluarga, atau bahkan ulasan online, mereka cenderung lebih tertarik untuk mencoba produk atau layanan tersebut.
- Ulasan di internet bisa ditemukan di berbagai platform seperti situs web ulasan, forum diskusi, media sosial, dan platform e-commerce.
- Faktor ekonomi.
Faktor ekonomi ini mencakup berbagai kondisi dan keadaan dalam perekonomian suatu negara atau wilayah yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam menghabiskan uang mereka.

Faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli buku, baik secara langsung maupun tidak langsung.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan |
|--------------------|------|--|---|
| Galuh Dwi Putri A | 1 | "Saya membeli buku ini karena saya tertarik dengan temanya, yaitu tentang sejarah Indonesia. Saya memang suka membaca buku sejarah." | Informan membeli buku berdasarkan minatnya terhadap tema buku. |
| Achmad Hilmi Fuadi | 1 | "Saya membeli buku ini karena saya membutuhkannya untuk tugas sekolah. Buku ini merupakan buku teks yang digunakan di salah satu mata pelajaran saya." | Informan membeli buku berdasarkan kebutuhannya untuk keperluan akademis. |
| Annisa | 1 | "Saya membeli buku ini karena saya ingin belajar bahasa Inggris. Buku ini merupakan buku pembelajaran bahasa Inggris yang dilengkapi dengan CD audio." | Informan membeli buku berdasarkan keinginannya untuk mengembangkan keterampilan tertentu. |

| | | | |
|----------------------|---|--|--|
| Mujtaba Alfan Nur | 1 | "Saya membeli buku ini karena saya ingin mengenal lebih jauh tentang penulisnya. Saya memang penggemar karya-karya penulis ini." | Informan membeli buku berdasarkan ketertarikannya terhadap penulis buku. |
| Yudhistira Ananta | 1 | "Saya membeli buku ini karena harganya murah. Saya memang suka berburu buku murah." | Informan membeli buku berdasarkan pertimbangan harga. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Buku Wilis dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain:

- a. Minat, yaitu ketertarikan konsumen terhadap tema, genre, atau penulis buku.
- b. Kebutuhan, yaitu kebutuhan konsumen untuk keperluan akademis, pekerjaan, atau pengembangan diri.
- c. Keinginan, yaitu keinginan konsumen untuk menambah pengetahuan, keterampilan, atau kesenangan.
- d. Pertimbangan harga, yaitu pertimbangan konsumen terhadap harga buku.

Pasar Buku Wilis merupakan salah satu pasar buku terbesar di Indonesia. Pasar ini menawarkan berbagai jenis buku dengan harga yang beragam. Hal ini menjadikan Pasar Buku Wilis sebagai destinasi yang populer bagi para pecinta buku dari berbagai kalangan.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan |
|----------------------|------|--|--|
| Daffa Afrizal Achmad | 1 | Informasi tentang buku-buku yang dijual di Pasar Buku Wilis | Informan membutuhkan informasi tentang buku-buku yang dijual di Pasar Buku Wilis, seperti judul buku, penulis, penerbit, harga, dan sinopsis. |
| Khoirul Anam | 1 | Informasi tentang promo atau diskon yang ditawarkan oleh pedagang buku di Pasar Buku Wilis | Informan mencari informasi tentang promo atau diskon yang ditawarkan oleh pedagang buku di Pasar Buku Wilis, agar ia dapat mendapatkan buku dengan harga yang lebih murah. |
| Zufar Akmal | 1 | Informasi tentang lokasi pedagang buku di Pasar Buku Wilis | Informan mencari informasi tentang lokasi pedagang buku di Pasar Buku Wilis, agar ia dapat lebih mudah menemukan buku yang ia cari. |
| Gana Adi Feldialdi | 1 | Informasi tentang kualitas buku-buku yang dijual di Pasar Buku Wilis | Informan membutuhkan informasi tentang kualitas buku-buku yang dijual di Pasar Buku Wilis, agar ia dapat mendapatkan buku yang berkualitas baik. |
| Raisha Azzahra Arna | 1 | Informasi tentang pelayanan yang diberikan oleh pedagang buku di Pasar Buku Wilis | Informan mencari informasi tentang pelayanan yang diberikan oleh pedagang buku di Pasar Buku Wilis, agar ia dapat mendapatkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan. |

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi yang dibutuhkan oleh konsumen dalam pembelian buku di Pasar Buku Wilis dapat dikategorikan menjadi lima, yaitu:

a. Informasi tentang buku

Informasi buku merujuk pada segala informasi yang terkandung di dalam sebuah buku. Ini mencakup berbagai elemen seperti judul, penulis, penerbit, tahun terbit, dan ringkasan isi buku.

b. Informasi tentang promo atau diskon

Promo atau diskon adalah penawaran khusus yang diberikan oleh perusahaan atau penjual kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan penjualan atau menarik pelanggan baru.

c. Informasi tentang lokasi

Informasi tentang lokasi mengacu pada detail atau data yang memberikan gambaran tentang letak atau tempat suatu objek atau kejadian. Ini bisa mencakup berbagai aspek, tergantung pada konteksnya.

d. Informasi tentang kualitas

Informasi tentang kualitas merujuk pada evaluasi atau penilaian terhadap tingkat keunggulan atau kecukupan suatu produk, layanan, atau proses.

e. Informasi tentang pelayanan

Informasi tentang pelayanan merujuk pada segala hal yang berkaitan dengan cara suatu perusahaan atau organisasi memberikan layanan kepada pelanggannya.

Informasi-informasi tersebut penting bagi konsumen untuk dapat mengambil keputusan pembelian yang tepat.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|-----------------------|------|--|---|
| Daffar Afrizal Achmad | 1 | Ya, buku ini memiliki informasi yang cukup untuk saya. Informasinya lengkap dan relevan dengan kebutuhan saya. | Informan menyatakan bahwa Buku yang dia beli memiliki informasi yang lengkap tentang teori-teori psikologi, serta contoh-contoh kasus yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. |
| Khoirul Anam | 1 | Cukup, tetapi ada beberapa informasi yang saya rasa kurang. | Informan menjelaskan bahwa Buku yang dia beli memiliki informasi yang cukup tentang cara meningkatkan produktivitas, tetapi dia merasa kurang dengan informasi tentang cara mengelola keuangan. |

| | | | |
|---------------------|---|--|---|
| Zufar Akmal | 1 | Tidak, buku ini tidak memiliki informasi yang cukup untuk saya. Informasinya terlalu umum dan tidak spesifik. | Informan menjelaskan bahwa Buku yang dia beli memiliki informasi tentang berbagai resep masakan, tetapi dia merasa kurang dengan informasi tentang cara memasak masakan yang sehat. |
| Gana Adi Feldialdi | 1 | Ya, buku ini memiliki informasi yang cukup untuk saya. Informasinya mudah dipahami dan disajikan dengan cara yang menarik. | Informan menjelaskan bahwa Buku yang dia beli memiliki informasi yang lengkap tentang materi pelajaran bahasa Indonesia, serta disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. |
| Raisha Azzahra Arna | 1 | Ya, buku ini memiliki informasi yang cukup untuk saya. Informasinya akurat dan sesuai dengan sumber yang terpercaya. | Informan menjelaskan bahwa Buku yang dia beli memiliki informasi yang akurat dan sesuai dengan sumber yang terpercaya, sehingga dia dapat menggunakannya sebagai bahan penelitiannya. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi yang dibutuhkan konsumen dalam pembelian buku di Pasar Buku Wilis bervariasi, tergantung pada kebutuhan dan latar belakang konsumen tersebut. Secara umum, konsumen membutuhkan informasi yang lengkap, relevan, dan akurat. Namun, ada juga konsumen yang membutuhkan informasi yang mudah dipahami dan disajikan dengan cara yang menarik.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|-------------------------|------|--|--|
| Shofuriya | 1 | Ya, saya yakin membeli buku ini. | Informan telah melakukan riset terlebih dahulu dan menemukan buku yang sesuai dengan kebutuhannya. Buku tersebut juga memiliki harga yang terjangkau. |
| Daniel Lutvi Prihandanu | 1 | Ya, saya yakin membeli buku ini. | Informan telah membaca ulasan buku tersebut dan tertarik dengan isinya. Buku tersebut juga memiliki topik yang sesuai dengan minatnya. |
| Cakrawala Yedija Barus | 1 | Mungkin, saya akan pertimbangkan lagi. | Informan belum pernah membaca buku tersebut sebelumnya, tetapi tertarik dengan judulnya. Responden masih akan mempertimbangkan kembali sebelum memutuskan untuk membeli buku tersebut. |
| Rieke Dewi | 1 | Tidak, saya tidak yakin membeli buku ini. | Informan belum pernah membaca buku tersebut sebelumnya dan tidak yakin apakah anaknya akan menyukainya. Informan memutuskan untuk tidak membeli buku tersebut dan akan mencari buku lain yang lebih sesuai dengan minat anaknya. |
| Siti Aisyah | 1 | Mungkin, saya akan membelinya secara online. | Informan menemukan buku yang sesuai dengan kebutuhannya, tetapi harganya lebih mahal di Pasar Buku Wilis daripada di toko buku online. Informan memutuskan untuk membeli buku tersebut secara online. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Buku Wilis dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Kebutuhan. Informan yakin membeli buku karena buku tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka, baik untuk keperluan kuliah, menambah wawasan, maupun hobi

- b. Minat. Informan tertarik dengan judul buku, tetapi belum pernah membacanya sebelumnya. Informan tidak yakin apakah anaknya akan menyukai buku yang akan dibelinya.
- c. Harga. Responden memutuskan untuk membeli buku secara online karena harganya lebih murah daripada di Pasar Buku Wilis.

Selain itu, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa konsumen di Pasar Buku Wilis masih melakukan riset terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli buku. Mereka akan membaca ulasan buku, membandingkan harga, dan mencari informasi lain yang relevan.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan |
|-------------------------|------|-------------------------|--|
| Shofuriya | 1 | Ya | Informan bersedia membeli buku dengan harga yang relatif mahal jika buku tersebut sesuai dengan kebutuhannya dan kualitasnya bagus. |
| Daniel Lutvi Prihandanu | 1 | Tidak | Informan hanya akan membeli buku dengan harga yang terjangkau, bahkan jika buku tersebut bukan buku baru. |
| Cakrawala Yedisa Barus | 1 | Tergantung | Informan akan mempertimbangkan harga buku dengan kualitas dan kebutuhannya. Jika harga buku masih terjangkau, ia akan membelinya. Namun, jika harga buku terlalu mahal, ia akan mencari alternatif lain. |
| Rieke Dewi | 1 | Ya, jika ada diskon | Informan akan membeli buku dengan harga yang relatif mahal jika ada diskon. |
| Siti Aisyah | 1 | Ya, jika bukunya langka | Informan adalah membeli buku dengan harga yang mahal, bahkan jika buku tersebut bukan buku baru, asalkan buku tersebut langka dan sulit ditemukan. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Buku Wilis dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Kebutuhan. Informan yang memiliki kebutuhan mendesak, seperti mahasiswa yang membutuhkan buku untuk keperluan kuliah, akan lebih bersedia membeli buku dengan harga yang mahal.

- b. Anggaran. Informan yang memiliki anggaran terbatas akan lebih selektif dalam memilih buku dan cenderung membeli buku dengan harga yang terjangkau.
- c. Kualitas. Informan akan mempertimbangkan kualitas buku sebelum memutuskan untuk membelinya. Buku dengan kualitas bagus akan lebih diminati, bahkan jika harganya mahal.
- d. Diskon. Informan akan lebih tertarik untuk membeli buku jika ada diskon.
- e. Ketersediaan. Informan akan lebih bersedia membeli buku dengan harga yang mahal jika buku tersebut langka dan sulit ditemukan.

Pasar Buku Wilis merupakan salah satu pasar buku terbesar di Indonesia. Pasar ini menawarkan berbagai macam buku dengan harga yang beragam, mulai dari buku bekas hingga buku baru. Hal ini menjadikan Pasar Buku Wilis sebagai pilihan yang tepat bagi konsumen dengan berbagai macam kebutuhan dan anggaran.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|---------------------|------|-----------------|--|
| Amanda Puspitarani | 1 | Sangat yakin | Informan sudah sering membeli buku di Pasar Wilis, dan sejauh ini belum pernah ada buku yang Informan beli yang kualitasnya buruk. Buku-bukunya selalu bagus, baik dari segi fisik maupun isi. Bahkan, ada beberapa buku yang di beli di Pasar Wilis ternyata lebih bagus kualitasnya daripada buku yang dibeli di toko buku lain. |
| Rifat Nerdayangsyah | 1 | Cukup yakin | Informan biasanya membeli buku-buku baru di Pasar Wilis. Untuk buku-buku baru, Informan cukup yakin dengan kualitasnya karena biasanya buku-buku tersebut sudah di-review oleh para ahli. Namun, untuk buku-buku bekas, Informan biasanya lebih berhati-hati. Informan akan memeriksa kondisi bukunya terlebih dahulu sebelum membeli. |

| | | | |
|-------------------|---|-------------|---|
| Nur Afni Maulidia | 1 | Cukup yakin | Informan sering membeli buku di Pasar Wilis, terutama buku-buku pelajaran. Untuk buku-buku pelajaran, Informan cukup yakin dengan kualitasnya karena biasanya buku-buku tersebut diterbitkan oleh penerbit yang terpercaya. Namun, untuk buku-buku fiksi, informan biasanya lebih berhati-hati. Informan akan membaca sinopsis bukunya terlebih dahulu sebelum membeli. |
| Aulia Makhzun | 1 | Cukup yakin | Informan biasanya membeli buku-buku langka di Pasar Wilis. Untuk buku-buku langka, informan cukup yakin dengan kualitasnya karena biasanya buku-buku tersebut disimpan dengan baik oleh para pedagang. Namun, informan tetap akan memeriksa kondisi bukunya terlebih dahulu sebelum membeli. |
| Ahmad Maulana | 1 | Agak yakin | Informan baru pertama kali membeli buku di Pasar Wilis. Informan masih belum terlalu yakin dengan kualitas bukunya. Namun, dari pengamatan informan, buku-buku yang dijual di Pasar Wilis cukup beragam, mulai dari buku baru, buku bekas, hingga buku langka. Informan akan mencoba membeli buku-buku di Pasar Wilis lagi untuk mengetahui kualitasnya. |

Secara umum, hasil wawancara menunjukkan bahwa informan cukup yakin dengan kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis. Namun, ada beberapa responden yang masih agak ragu, terutama untuk buku-buku bekas dan buku-buku langka.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|---------------------|------|---|---|
| Amanda Puspitarani | 1 | "Saya pernah membeli buku di Pasar Wilis dan menemukan buku yang saya cari dengan harga yang lebih murah daripada di toko buku lain. Selain itu, pelayanan dari pedagangnya juga ramah dan informatif." | Pengalaman positif informan adalah menemukan buku yang diinginkan dengan harga yang lebih murah. Hal ini membuat informan memiliki sikap positif terhadap Pasar Wilis karena dianggap sebagai tempat yang menawarkan harga yang bersaing. Selain itu, pelayanan dari pedagang yang ramah dan informatif juga menjadi faktor yang membuat responden memiliki sikap positif terhadap Pasar Wilis. |
| Rifat Nerdayangsyah | 1 | "Saya sering berbelanja di Pasar Wilis untuk membeli buku-buku pelajaran anak saya. Saya merasa nyaman berbelanja di Pasar Wilis karena pilihan bukunya sangat lengkap dan harganya terjangkau. Selain itu, saya juga merasa aman berbelanja di Pasar Wilis karena lokasinya yang strategis dan ramai." | Pengalaman positif informan adalah pilihan buku yang lengkap dan harga yang terjangkau. Hal ini membuat informan memiliki sikap positif terhadap Pasar Wilis karena dianggap sebagai tempat yang menawarkan pilihan buku yang beragam dan harga yang kompetitif. Selain itu, lokasi Pasar Wilis yang strategis dan ramai juga menjadi faktor yang membuat informan memiliki sikap positif terhadap Pasar Wilis. |
| Nur Afni Maulidia | 1 | "Saya suka berbelanja di Pasar Wilis karena suasana yang nyaman dan asri. Selain itu, saya juga suka berinteraksi | Pengalaman positif informan adalah suasana yang nyaman dan asri. Hal ini membuat informan memiliki sikap positif terhadap Pasar Wilis karena dianggap |

| | | | |
|---------------|---|---|---|
| | | dengan pedagang-pedagangnya yang ramah dan bersahabat." | sebagai tempat yang nyaman untuk berbelanja. Selain itu, interaksi dengan pedagang yang ramah dan bersahabat juga menjadi faktor yang membuat informan memiliki sikap positif terhadap Pasar Wilis. |
| Aulia Makhzun | 1 | "Saya sering berbelanja di Pasar Wilis untuk mencari buku-buku langka. Saya merasa puas berbelanja di Pasar Wilis karena di sini saya dapat menemukan buku-buku langka yang tidak dapat saya temukan di tempat lain." | Pengalaman positif informan adalah menemukan buku-buku langka. Hal ini membuat informan memiliki sikap positif terhadap Pasar Wilis karena dianggap sebagai tempat yang menawarkan koleksi buku yang unik dan menarik. |
| Ahmad Maulana | 1 | "Saya suka berbelanja di Pasar Wilis karena di sini saya dapat mendapatkan diskon yang besar. Selain itu, saya juga suka mengikuti acara-acara yang diadakan di Pasar Wilis, seperti bazar buku dan festival buku." | Pengalaman positif informan adalah mendapatkan diskon besar dan mengikuti acara-acara yang diadakan di Pasar Wilis. Hal ini membuat informan memiliki sikap positif terhadap Pasar Wilis karena dianggap sebagai tempat yang menawarkan promo dan acara yang menarik. |

Berdasarkan hasil wawancara dari 5 informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengalaman positif sebelumnya dapat membuat konsumen memiliki sikap positif terhadap berbelanja di Pasar Wilis. Pengalaman positif tersebut dapat berupa menemukan buku yang diinginkan dengan harga yang lebih murah, pilihan buku yang lengkap dan harga yang terjangkau, suasana yang nyaman dan asri, interaksi dengan pedagang yang ramah dan bersahabat, serta menemukan buku-buku langka atau mendapatkan diskon besar.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|---------------------|------|---|--|
| Amanda Puspitarani | 1 | "Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih praktis. Saya tidak perlu membawa kartu debit atau kredit, dan saya tidak perlu khawatir saldo saya tidak cukup." | Informan memiliki sikap yang positif terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai. Ia menganggap bahwa pembayaran tunai lebih praktis dan tidak perlu khawatir saldo tidak cukup. |
| Rifat Nerdaryansyah | 1 | "Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih aman. Saya tidak perlu khawatir informasi kartu saya bocor." | Informan juga memiliki sikap yang positif terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai. Ia menganggap bahwa pembayaran tunai lebih aman karena tidak perlu khawatir informasi kartu bocor. |
| Nur Afni Maulidia | 1 | "Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih cepat. Saya tidak perlu menunggu antrian untuk membayar." | Informan memiliki sikap yang positif terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai. Ia menganggap bahwa pembayaran tunai lebih cepat karena tidak perlu menunggu antrian untuk membayar. |
| Aulia Makhzun | 1 | "Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih mudah. Saya tidak perlu memahami cara menggunakan kartu pembayaran." | Informan memiliki sikap yang positif terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai. Ia menganggap bahwa pembayaran tunai lebih mudah karena tidak perlu memahami cara menggunakan kartu pembayaran. |
| Ahmad Maulana | 1 | "Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih dekat. Saya tidak perlu mencari mesin EDC." | Informan memiliki sikap yang positif terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai. Ia menganggap bahwa pembayaran tunai lebih dekat karena tidak perlu mencari mesin EDC. |

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa sikap informan terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis. Informan yang memiliki sikap positif terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai lebih cenderung untuk menggunakan tunai saat berbelanja

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|-------------------------------------|------|--|--|
| Adam Chesar Gunawan | 1 | "Ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat lengkap, jadi saya dapat menemukan buku yang saya cari dengan mudah. Saya juga dapat menawar harga buku, jadi saya dapat mendapatkan harga yang lebih murah." | Informan mengatakan bahwa ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat lengkap, sehingga ia dapat menemukan buku yang ia cari dengan mudah. Ia juga mengatakan bahwa kemampuan untuk menawar harga buku merupakan faktor penting baginya dalam memutuskan untuk membeli buku. Ia biasanya akan menawar harga buku hingga mendapatkan harga yang sesuai dengan kemampuannya. |
| M. Hilmi Usamah Dzulfiqri Qomarudin | 1 | "Ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat beragam, jadi saya dapat menemukan buku dari berbagai genre. Saya juga dapat menawar harga buku, jadi saya dapat mendapatkan harga yang lebih murah." | Informan mengatakan bahwa ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat beragam, sehingga ia dapat menemukan buku dari berbagai genre. Ia juga mengatakan bahwa kemampuan untuk menawar harga buku merupakan faktor penting baginya dalam memutuskan untuk membeli buku. Ia biasanya akan menawar harga buku hingga mendapatkan harga yang sesuai dengan kebutuhannya. |
| M. Nu'man Ashfahany | 1 | "Ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat | Informan mengatakan bahwa ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat murah, sehingga ia dapat |

| | | | |
|-----------------------|---|---|---|
| | | <p>murah, jadi saya dapat membeli buku dengan harga yang terjangkau. Saya juga dapat menawar harga buku, jadi saya dapat mendapatkan harga yang lebih murah."</p> | <p>membeli buku dengan harga yang terjangkau. Ia juga mengatakan bahwa kemampuan untuk menawar harga buku merupakan faktor penting baginya dalam memutuskan untuk membeli buku. Ia biasanya akan menawar harga buku hingga mendapatkan harga yang sesuai dengan anggarannya.</p> |
| Akbar Gunawan Siregar | 1 | <p>"Ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat lengkap dan murah, jadi saya dapat menemukan buku yang saya cari dengan mudah dan harga yang terjangkau. Saya juga dapat menawar harga buku, jadi saya dapat mendapatkan harga yang lebih murah."</p> | <p>Informan mengatakan bahwa ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat lengkap dan murah, sehingga ia dapat menemukan buku yang ia cari dengan mudah dan harga yang terjangkau. Ia juga mengatakan bahwa kemampuan untuk menawar harga buku merupakan faktor penting baginya dalam memutuskan untuk membeli buku. Ia biasanya akan menawar harga buku hingga mendapatkan harga yang sesuai dengan kemampuannya.</p> |
| Dimas Noval Alfa | 1 | <p>"Ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat beragam dan murah, jadi saya dapat menemukan buku dari berbagai genre dengan harga yang terjangkau. Saya juga dapat menawar harga buku, jadi saya dapat</p> | <p>Informan mengatakan bahwa ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat beragam dan murah, sehingga ia dapat menemukan buku dari berbagai genre dengan harga yang terjangkau. Ia juga mengatakan bahwa kemampuan untuk menawar harga buku merupakan faktor penting baginya dalam memutuskan untuk membeli buku. Ia biasanya akan menawar harga buku hingga mendapatkan harga yang sesuai dengan kebutuhannya.</p> |

| | | | |
|--|--|--------------------------------------|--|
| | | mendapatkan harga yang lebih murah." | |
|--|--|--------------------------------------|--|

Berdasarkan hasil wawancara dari 5 Informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga merupakan faktor penting dalam keputusan konsumen untuk memilih dan membeli buku di Pasar Wilis. Informan tersebut mengatakan bahwa mereka lebih memilih untuk membeli buku di Pasar Wilis karena ketersediaan buku yang lengkap dan beragam, serta harga yang terjangkau. Kemampuan untuk menawar harga juga merupakan faktor penting bagi konsumen tersebut, karena mereka dapat mendapatkan harga yang lebih murah dengan menawar.

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa Pasar Wilis masih menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen buku. Pasar ini menawarkan ketersediaan buku yang lengkap dan beragam, serta harga yang terjangkau. Kemampuan untuk menawar harga juga merupakan faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli buku di Pasar Wilis.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|-------------------------------------|------|--|--|
| Adam Chesar Gunawan | 1 | Kualitas buku adalah yang terpenting. Saya selalu membaca ulasan buku sebelum membelinya. Jika ulasan positif, saya akan lebih yakin untuk membelinya. | Informan mengutamakan kualitas buku sebagai faktor utama dalam keputusan pembeliannya. Ia juga memperhatikan ulasan positif dari orang lain sebagai pertimbangan tambahan. |
| M. Hilmi Usamah Dzulfiqri Qomarudin | 1 | Pengaruh penulis favorit juga penting. Saya sering membeli buku dari penulis favorit saya, meskipun belum pernah membaca bukunya. | Informan lebih dipengaruhi oleh faktor emosional, yaitu keterikatannya dengan penulis favorit. Ia rela membeli buku dari penulis favoritnya, bahkan tanpa mengetahui kualitas bukunya. |

| | | | |
|-----------------------|---|--|---|
| M. Nu'man Ashfahany | 1 | Kualitas buku dan ulasan positif sama-sama penting. Namun, jika saya harus memilih, saya akan memilih kualitas buku. | Informan menganggap kualitas buku dan ulasan positif memiliki bobot yang sama dalam keputusan pembeliannya. Namun, jika ia harus memilih, ia akan lebih mengutamakan kualitas buku. |
| Akbar Gunawan Siregar | 1 | Ulasan positif sangat penting. Saya tidak akan membeli buku tanpa membaca ulasan positif dari orang lain terlebih dahulu. | Informan sangat mengandalkan ulasan positif dari orang lain dalam keputusan pembeliannya. Ia tidak akan membeli buku jika tidak ada ulasan positif yang meyakinkannya. |
| Dimas Noval Alfa | 1 | Kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit sama-sama penting. Namun, saya akan lebih mengutamakan kualitas buku dan ulasan positif jika saya tidak memiliki keterikatan dengan penulis favorit. | Informan menganggap ketiga faktor tersebut memiliki bobot yang sama dalam keputusan pembeliannya. Namun, ia akan lebih mengutamakan kualitas buku dan ulasan positif jika ia tidak memiliki keterikatan dengan penulis favorit. |

Secara umum, hasil wawancara menunjukkan bahwa kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buku di Pasar Buku Wilis. Kualitas buku dan ulasan positif merupakan faktor yang paling penting bagi sebagian besar informan. Pengaruh penulis favorit juga menjadi faktor penting bagi beberapa informan, terutama bagi mereka yang memiliki keterikatan emosional dengan penulis tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa para konsumen di Pasar Buku Wilis memiliki tingkat kesadaran yang tinggi

terhadap kualitas buku. Mereka tidak hanya sekadar membeli buku berdasarkan judul atau covernya, tetapi juga memperhatikan kualitas isi buku. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di Pasar Buku Wilis memiliki minat yang tinggi terhadap buku sebagai sumber informasi dan hiburan.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|-------------------------------------|------|---|---|
| Adam Chesar Gunawa | 1 | "Harga adalah faktor yang penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya akan memilih buku dengan harga yang terjangkau, tetapi tetap berkualitas." | Informan mengutamakan faktor harga dalam keputusan pembelian buku karena ingin menghemat pengeluaran. |
| M. Hilmi Usamah Dzulfiqri Qomarudin | 1 | "Harga adalah faktor yang sangat penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya hanya akan membeli buku yang harganya sesuai dengan kantong saya." | Informan mengutamakan faktor harga dalam keputusan pembelian buku karena harus mempertimbangkan pengeluaran keluarga. |
| M. Nu'man Ashfahany | 1 | "Harga adalah faktor yang cukup penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya akan memilih buku dengan harga yang wajar, tetapi tidak terlalu mahal." | Informan mengutamakan faktor harga dalam keputusan pembelian buku, tetapi tetap mempertimbangkan kualitas buku. |
| Akbar Gunawan Siregar | 1 | "Harga adalah faktor yang tidak terlalu penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya lebih mengutamakan kualitas buku daripada harganya." | Informan tidak terlalu mementingkan harga buku karena memiliki sumber penghasilan yang cukup. |
| Dimas Noval Alfa | 1 | "Harga adalah faktor yang tidak penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya akan membeli buku yang saya butuhkan, | Informan mengutamakan faktor kualitas buku daripada harganya. |

| | | | |
|--|--|---------------------------|--|
| | | meskipun harganya mahal." | |
|--|--|---------------------------|--|

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor harga memiliki tingkat kepentingan yang berbeda-beda bagi konsumen buku di Pasar Buku Wilis. Bagi konsumen yang memiliki penghasilan terbatas, faktor harga menjadi faktor yang paling penting dalam keputusan pembelian buku. Mereka akan memilih buku dengan harga yang terjangkau, tetapi tetap berkualitas. Bagi konsumen yang memiliki penghasilan cukup, faktor harga menjadi faktor yang cukup penting, tetapi tetap mempertimbangkan kualitas buku. Bagi konsumen yang memiliki penghasilan yang lebih tinggi, faktor harga menjadi faktor yang tidak terlalu penting. Mereka akan membeli buku yang mereka butuhkan, meskipun harganya mahal. Selain faktor harga, terdapat faktor-faktor lain, seperti kualitas buku, rekomendasi dari orang lain, dan ketersediaan buku.

2. *Affective Component*

Tabel 4.3 Transkrip Wawancara Variabel *Affective Component*

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|-------------------------------------|------|--|--|
| Adam Chesar Gunawan | 2 | "Senang sekali, karena dapat menemukan buku-buku yang saya cari dengan harga yang terjangkau." | Informan merasa senang karena dapat menemukan buku-buku yang diinginkan dengan harga yang terjangkau. Hal ini karena Pasar Buku Wilis menawarkan berbagai macam buku dengan harga yang bervariasi, mulai dari buku bekas hingga buku baru. |
| M. Hilmi Usamah Dzulfiqri Qomarudin | 2 | "Terkadang bingung, karena banyak sekali pilihan buku yang tersedia." | Informan merasa bingung karena banyak sekali pilihan buku yang tersedia di Pasar Buku Wilis. Hal ini karena Pasar Buku Wilis merupakan pasar buku terbesar di Jawa Timur, sehingga menawarkan berbagai macam buku dari berbagai penerbit. |
| M. Nu'man | 2 | "Suka, karena dapat melihat-lihat | Informan merasa suka karena dapat melihat-lihat berbagai |

| | | | |
|-----------------------|---|---|---|
| Ashfahany | | berbagai macam buku yang menarik." | macam buku yang menarik. Hal ini karena Pasar Buku Wilis memiliki suasana yang nyaman dan asyik untuk berburu buku. |
| Akbar Gunawan Siregar | 2 | "Tenang, karena dapat berdiskusi dengan penjual buku untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap." | Informan merasa tenang karena dapat berdiskusi dengan penjual buku untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap. Hal ini karena penjual buku di Pasar Buku Wilis umumnya memiliki pengetahuan yang luas tentang buku-buku yang mereka jual. |
| Dimas Noval Alfa | 2 | "Semangat, karena dapat menambah koleksi buku." | Informan merasa semangat karena dapat menambah koleksi buku. Hal ini karena Informan Erni merupakan seorang pecinta buku, sehingga selalu mencari buku-buku baru untuk dibaca. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa perasaan konsumen dalam proses pencarian buku di Pasar Buku Wilis secara umum adalah positif. Konsumen merasa senang, suka, tenang, dan semangat dalam proses pencarian buku. Hal ini karena Pasar Buku Wilis menawarkan berbagai macam buku dengan harga yang terjangkau, suasana yang nyaman, dan penjual buku yang ramah dan informatif.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|-------------------------------------|------|---|---|
| Adam Chesar Gunawan | 2 | "Senang dan puas karena informasi yang saya cari sesuai dengan apa yang saya butuhkan." | Informan merasa senang dan puas karena informasi yang diperoleh dari buku tersebut sesuai dengan materi kuliah yang sedang ia pelajari. |
| M. Hilmi Usamah Dzulfiqri Qomarudin | 2 | "Antusias dan ingin segera menerapkan | Informan merasa antusias dan ingin segera menerapkan informasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari bersama anak-anaknya. |

| | | | |
|-----------------------|---|--|--|
| | | informasi tersebut dalam kehidupan saya." | |
| M. Nu'man Ashfahany | 2 | "Tertarik dan ingin mengetahui lebih lanjut tentang topik tersebut." | Informan merasa tertarik dan ingin mengetahui lebih lanjut tentang topik tersebut karena merasa belum memiliki pengetahuan yang cukup. |
| Akbar Siregar Gunawan | 2 | "Semangat dan termotivasi untuk mencapai tujuan saya." | Informan merasa semangat dan termotivasi untuk mencapai tujuannya setelah membaca buku tersebut. |
| Dimas Noval Alfa | 2 | "Terkagum-kagum dan kagum dengan pengetahuan penulis." | Informan merasa terkagum-kagum dan kagum dengan pengetahuan penulis yang tercermin dalam buku tersebut. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa perasaan konsumen ketika memperoleh informasi dari buku dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu

- a. Senang dan puas, yaitu perasaan yang dialami oleh konsumen ketika informasi yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan atau harapannya.
- b. Antusias dan ingin menerapkan, yaitu perasaan yang dialami oleh konsumen ketika informasi yang diperoleh dapat memberikan manfaat atau perubahan dalam kehidupannya.
- c. Tertarik dan ingin mengetahui lebih lanjut, yaitu perasaan yang dialami oleh konsumen ketika informasi yang diperoleh belum diketahui secara mendalam.

- d. Semangat dan termotivasi, yaitu perasaan yang dialami oleh konsumen ketika informasi yang diperoleh dapat memberikan dorongan atau semangat untuk mencapai tujuan.
- e. Terkagum-kagum dan kagum, yaitu perasaan yang dialami oleh konsumen ketika informasi yang diperoleh memiliki kualitas yang tinggi atau berasal dari penulis yang dihormati.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|-------------------------------------|------|-----------------|--|
| Adam Chesar Gunawan | 2 | Ya | Informan merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis karena pilihan bukunya yang lengkap dan harga yang terjangkau. Ia juga merasa nyaman berbelanja di Pasar Buku Wilis karena suasananya yang ramai dan asri. |
| M. Hilmi Usamah Dzulfiqri Qomarudin | 2 | Ya | Informan merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis karena pelayanannya yang ramah dan informatif. Ia juga merasa puas dengan fasilitas yang tersedia, seperti tempat parkir yang luas dan toilet yang bersih. |
| M. Nu'man Ashfahany | 2 | Ya | Informan merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis karena kemudahan aksesnya. Ia hanya perlu berjalan kaki dari stasiun kereta untuk sampai ke Pasar Buku Wilis. |
| Akbar Gunawan Siregar | 2 | Ya | Informan merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis karena sering diadakannya promo dan diskon. Ia juga merasa puas dengan banyaknya pilihan buku bekas yang tersedia. |
| Dimas Noval Alfa | 2 | Ya | Informan merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis karena banyaknya pilihan buku impor yang tersedia. Ia juga merasa puas dengan adanya toko buku yang menjual buku-buku langka. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Informan merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis. Hal ini dapat dilihat dari jawaban mereka yang semuanya positif. Informan merasa puas dengan berbagai aspek layanan di Pasar Buku Wilis, mulai dari pilihan buku, harga, pelayanan, fasilitas, akses, promo dan diskon, hingga pilihan buku impor dan buku langka. Secara umum, Informan merasa puas dengan pilihan buku yang lengkap dan harga yang terjangkau di Pasar Buku Wilis. Informan juga merasa puas dengan pelayanan yang ramah dan informatif, serta fasilitas yang tersedia. Selain itu, Informan merasa puas dengan kemudahan akses ke Pasar Buku Wilis dan sering diadakannya promo dan diskon. Terakhir, Informan merasa puas dengan banyaknya pilihan buku impor dan buku langka yang tersedia. Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa Pasar Buku Wilis merupakan tempat yang tepat untuk membeli buku dan menawarkan berbagai layanan yang memuaskan bagi konsumen.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|---------------|------|---|---|
| Farida | 2 | Penampilan buku sangat penting untuk saya. Saya suka buku yang memiliki desain sampul yang menarik dan berkualitas. | Informan berpendapat bahwa penampilan buku dapat menjadi daya tarik pertama untuk membeli buku. Ia juga menilai bahwa penampilan buku yang baik dapat mencerminkan kualitas isi buku. |
| Nurul Isyaroh | 2 | Penampilan buku cukup penting untuk saya. Saya suka buku yang memiliki ukuran dan berat yang nyaman untuk dibawa. | Informan berpendapat bahwa penampilan buku yang baik dapat memudahkannya untuk membawa buku saat bepergian. |
| Siska Aulia | 2 | Penampilan buku tidak terlalu penting untuk saya. Saya lebih fokus pada isi buku daripada penampilannya. | Informan berpendapat bahwa isi buku yang berkualitas lebih penting daripada penampilannya. |

| | | | |
|------------------|---|--|---|
| Muthi | 2 | Penampilan buku cukup penting untuk saya. Saya suka buku yang memiliki harga yang terjangkau. | Informan berpendapat bahwa penampilan buku yang baik dapat menjadi nilai tambah untuk buku yang memiliki harga terjangkau. |
| Alfan Sujefri | 2 | Penampilan buku sangat penting untuk saya. Saya suka buku yang memiliki sampul yang menggambarkan isi bukunya. | Informan berpendapat bahwa penampilan buku yang baik dapat menarik perhatian anak-anak untuk membaca buku. Ia juga menilai bahwa penampilan buku yang menggambarkan isi bukunya dapat membantu anak-anak untuk memahami isi buku. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa penampilan buku memiliki tingkat kontribusi yang beragam terhadap keputusan pembelian buku di Pasar Wilis. Informan yang berpendapat bahwa penampilan buku sangat penting biasanya adalah mereka yang menyukai buku-buku sastra, buku-buku yang mudah dibawa, atau buku-buku yang memiliki harga terjangkau. Informan yang berpendapat bahwa penampilan buku cukup penting biasanya adalah mereka yang memiliki anggaran terbatas atau yang lebih fokus pada isi buku. Informan yang berpendapat bahwa penampilan buku tidak terlalu penting biasanya adalah mereka yang menyukai buku-buku nonfiksi atau buku-buku yang memiliki kualitas isi yang tinggi. Secara umum, penampilan buku dapat menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buku, tetapi tidak selalu menjadi faktor yang paling penting.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|---------------|------|--|---|
| Farida | 2 | Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas yang baik. | Informan menilai bahwa kualitas buku sangat penting untuk mendapatkan pengalaman membaca yang memuaskan. Ia juga bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku |
| Nurul Isyarah | 2 | Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan penulis favorit. | Informan memiliki penulis favorit yang karya-karyanya selalu ia beli, meskipun harganya lebih mahal dari buku-buku lainnya. Ia menilai bahwa karya-karya penulis favoritnya memiliki kualitas yang tinggi dan mampu memberikan pengalaman membaca yang berbeda. |
| Siska Aulia | 2 | Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku yang sesuai dengan minatnya. | Informan memiliki minat yang luas, mulai dari buku-buku tentang sains, teknologi, sejarah, hingga self-help. Ia bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku yang sesuai dengan minatnya, meskipun harganya lebih mahal dari buku-buku lainnya. |
| Muthi | 2 | Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku yang dibutuhkan untuk keperluan akademik. | Informan membutuhkan banyak buku referensi untuk penelitiannya. Ia bersedia mengeluarkan uang lebih banyak |

| | | | |
|------------------|---|--|--|
| | | | untuk buku-buku tersebut, meskipun harganya lebih mahal dari buku-buku lainnya. |
| Alfan Sujefri | 2 | Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku yang ingin dijadikan koleksi. | Informan memiliki koleksi buku yang cukup lengkap, mulai dari buku-buku klasik, buku langka, hingga buku-buku bertanda tangan penulis. Ia bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku yang ingin dijadikan koleksi, meskipun harganya lebih mahal dari buku-buku lainnya. |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen di Pasar Buku Wilis cukup fleksibel dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas buku dan reputasi penulis merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian buku.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|---------------|------|--|---|
| Farida | 2 | "Suasana Pasar Wilis lebih ramai dan semarak. Saya merasa seperti sedang berada di pasar tradisional yang sesungguhnya. Hal ini membuat saya merasa lebih dekat dengan para pedagang dan buku-buku yang dijual." | Suasana pasar tradisional yang ramai dan semarak membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan dan meriah. Para pedagang yang ramah dan bersahabat juga turut menambah kesan personal dalam pengalaman berbelanja. |

| | | | |
|---------------|---|---|--|
| Nurul Isyaroh | 2 | "Saya suka melihat-lihat buku-buku yang dipajang di Pasar Wilis. Buku-bukunya lebih beragam dan harganya lebih murah dibandingkan dengan toko buku modern. Selain itu, saya juga dapat menemukan buku-buku langka yang tidak dijual di toko buku modern." | Pasar Wilis menawarkan lebih banyak pilihan buku dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini membuat konsumen dapat menemukan buku yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dengan lebih mudah. |
| Siska Aulia | 2 | "Saya suka berinteraksi dengan para pedagang di Pasar Wilis. Mereka selalu ramah dan bersedia menjawab pertanyaan saya. Saya juga dapat mendapatkan rekomendasi buku dari mereka." | Interaksi yang personal dengan para pedagang membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan dan informatif. Para pedagang dapat memberikan rekomendasi buku yang sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen. |
| Muthi | 2 | "Saya suka suasana pasar tradisional yang unik. Pasar Wilis memiliki sejarah yang panjang dan budaya yang beragam. Hal ini membuat saya merasa lebih menghargai buku-buku yang dijual." | Suasana pasar tradisional yang unik dan sarat akan budaya memberikan pengalaman berbelanja yang lebih berkesan. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan pentingnya buku sebagai warisan budaya. |
| Alfan Sujefri | 2 | "Pasar Wilis adalah tempat yang tepat untuk mencari buku-buku bekas. Saya suka membaca buku bekas karena harganya lebih murah dan memiliki nilai historis yang tinggi." | Pasar Wilis menawarkan berbagai macam buku bekas dengan harga yang terjangkau. Hal ini membuat konsumen dapat memiliki koleksi buku yang lebih lengkap dengan biaya yang lebih hemat. |

Berdasarkan hasil wawancara dari 5 Informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal melalui beberapa hal berikut:

- a. Suasana yang ramai dan semarak membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan dan meriah.
- b. Peluang untuk menemukan buku-buku yang lebih beragam dan murah membuat konsumen dapat menemukan buku yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dengan lebih mudah.
- c. Interaksi yang personal dengan para pedagang membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan dan informatif.
- d. Suasana pasar tradisional yang unik dan sarat akan budaya memberikan pengalaman berbelanja yang lebih berkesan.
- e. Peluang untuk menemukan buku-buku bekas membuat konsumen dapat memiliki koleksi buku yang lebih lengkap dengan biaya yang lebih hemat.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|--------------------|------|---|--|
| Amanda Puspitarani | 2 | Pasar Buku Wilis sangat penting bagi saya. Saya suka dengan suasananya yang ramai dan semarak. Membuat saya merasa nyaman dan betah untuk berlama-lama di sini. | Pasar Buku Wilis yang ramai dan semarak membuat Informan merasa nyaman dan betah untuk berlama-lama di sana. Hal ini dapat mendorongnya untuk membeli lebih banyak buku. |
| Rifat Nerdyanasyah | 2 | Pasar Buku Wilis tidak begitu penting bagi saya. Saya lebih fokus pada kualitas buku dan harga yang ditawarkan. | Pasar Buku Wilis yang tradisional dan khas membuat Informan merasa seperti |

| | | | |
|-------------------|---|---|---|
| | | | sedang berada di kota Malang tempo dulu. Hal ini dapat membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan dan berkesan. |
| Nur Afni Maulidia | | Pasar Buku Wilis tidak begitu penting bagi saya. Saya lebih fokus pada kualitas buku dan harga yang ditawarkan. | Informan lebih fokus pada kualitas buku dan harga yang ditawarkan. Oleh karena itu, Informan Pasar Buku Wilis tidak begitu penting baginya. |
| Aulia Makhzun | 2 | Pasar Buku Wilis sangat penting bagi saya. Saya suka dengan suasananya yang nyaman dan tenang. Membuat saya merasa rileks dan fokus untuk memilih buku. | Pasar Buku Wilis yang nyaman dan tenang membuat informan merasa rileks dan fokus untuk memilih buku. Hal ini dapat membantunya untuk menemukan buku yang tepat dengan kebutuhannya. |
| Ahmad Maulana | 2 | Pasar Buku Wilis cukup penting bagi saya. Saya suka dengan suasananya yang bersih dan rapi. Membuat saya merasa nyaman dan aman untuk berbelanja. | Pasar Buku Wilis yang bersih dan rapi membuat informan merasa nyaman dan aman untuk berbelanja. Hal ini dapat mendorongnya untuk kembali |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | lagi ke Pasar Buku Wilis di lain waktu. |
|--|--|--|---|

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa atmosfer Pasar Buku Wilis memiliki tingkat kepentingan yang beragam bagi konsumen. Bagi sebagian konsumen, atmosfer Pasar Buku Wilis merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pilihan berbelanja. Suasana yang ramai, semarak, tradisional, khas, nyaman, tenang, bersih, dan rapi dapat mempengaruhi pengalaman berbelanja konsumen dan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak buku, kembali lagi ke Pasar Buku Wilis di lain waktu, atau bahkan merekomendasikan Pasar Buku Wilis kepada orang lain.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|--------------------|------|--------------------------|---|
| Galuh Dwi Putri A | 2 | Ya, terkadang kesusahan. | Informan mengaku kesusahan ketika mencari buku yang spesifik, seperti buku terbitan lama atau buku yang tidak terlalu populer. Ia juga mengaku kesusahan ketika mencari buku di tengah kerumunan orang. |
| Achmad Hilmi Fuadi | 2 | Tidak, tidak kesusahan. | Informan mengaku tidak kesusahan ketika mencari buku karena ia sudah mengetahui lokasi toko buku yang menjual buku yang ia cari. Ia juga mengaku sering menggunakan internet untuk mencari informasi tentang buku yang ia cari sebelum datang ke Pasar Wilis. |

| | | | |
|----------------------|---|--------------------------|---|
| Annisa | 2 | Ya, terkadang kesusahan. | Informan mengaku kesusahan ketika mencari buku di tengah kerumunan orang. Ia juga mengaku kesusahan ketika mencari buku yang memiliki judul yang mirip. |
| Mujtaba Alfan Nur | 2 | Tidak, tidak kesusahan. | Informan mengaku tidak kesusahan ketika mencari buku karena ia sudah mengetahui lokasi toko buku yang menjual buku yang ia cari. Ia juga mengaku sering menggunakan internet untuk mencari informasi tentang buku yang ia cari sebelum datang ke Pasar Wilis. |
| Yudhistira Ananta | 2 | Ya, terkadang kesusahan. | Informan mengaku kesusahan ketika mencari buku yang spesifik, seperti buku terbitan lama atau buku yang tidak terlalu populer. Ia juga mengaku kesusahan ketika mencari buku di tengah kerumunan orang. |

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar Informan mengaku merasa kesusahan ketika mencari buku di Pasar Wilis. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Pasar Wilis merupakan pasar buku yang luas dan memiliki banyak toko buku. Hal ini membuat pembeli harus meluangkan waktu dan tenaga untuk mencari buku yang mereka cari.
- b. Pasar Wilis sering ramai dikunjungi oleh pembeli. Hal ini membuat pembeli kesulitan untuk mencari buku yang mereka cari di tengah kerumunan orang.

- c. Beberapa buku yang dijual di Pasar Wilis tidak memiliki judul yang jelas atau memiliki judul yang mirip dengan buku lain. Hal ini membuat pembeli kesulitan untuk menemukan buku yang mereka cari.

Oleh karena itu, pengelola Pasar Wilis dapat melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan kenyamanan pembeli dalam mencari buku, antara lain:

- a. Menambah papan petunjuk yang jelas untuk memudahkan pembeli menemukan toko buku yang menjual buku yang mereka cari.
- b. Memasang sistem penomoran buku yang jelas untuk memudahkan pembeli menemukan buku yang mereka cari.
- c. Menambah petugas yang dapat membantu pembeli dalam mencari buku.

3. Conative Component

Tabel 4.3 Transkrip Wawancara Variabel *Conative Component*

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|--------------------|------|---|--|
| Galuh Dwi Putri A | 3 | "Suasana nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis membuat saya merasa betah dan senang berbelanja di sini. Saya jadi lebih tertarik untuk melihat-lihat buku-buku yang dijual, dan akhirnya memutuskan untuk membeli lebih banyak buku." | Suasana nyaman di Pasar Wilis dapat diartikan sebagai suasana yang kondusif untuk berbelanja, misalnya suasana yang bersih, rapi, dan tidak terlalu ramai. Keramahan penjual di Pasar Wilis dapat diartikan sebagai sikap penjual yang ramah, sopan, dan membantu. Kedua faktor tersebut dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen dalam berbelanja. |
| Achmad Hilmi Fuadu | 3 | "Saya sangat suka suasana di Pasar Wilis. Suasananya sejuk dan asri, karena banyak pohon-pohon rindang. Selain itu, penjualnya juga sangat | Suasana sejuk dan asri di Pasar Wilis dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam |

| | | | |
|----------------------|---|---|---|
| | | ramah dan informatif. Mereka selalu bersedia membantu saya menemukan buku yang saya cari." | berbelanja. Selain itu, keramahan dan informatifnya penjual juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. |
| Annisa | 3 | "Saya senang berbelanja di Pasar Wilis karena suasananya yang ramai dan semarak. Saya merasa seperti berada di pasar buku di negara-negara Eropa. Selain itu, penjualnya juga sangat ramah dan mudah diajak ngobrol." | Suasana ramai dan semarak di Pasar Wilis dapat memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan menyenangkan. Selain itu, keramahan penjual juga dapat meningkatkan kenyamanan konsumen. |
| Mujtaba Alfan Nur | 3 | "Saya selalu merasa nyaman berbelanja di Pasar Wilis. Suasananya bersih dan rapi, dan penjualnya juga sangat ramah. Saya jadi lebih tertarik untuk membaca buku-buku yang dijual di sini." | Bersih dan rapi di Pasar Wilis dapat memberikan kesan positif bagi konsumen. Selain itu, keramahan penjual juga dapat meningkatkan kenyamanan konsumen. |
| Yudhistira Ananta | 3 | "Saya sering berbelanja di Pasar Wilis karena suasananya yang nyaman dan keramahan penjualnya. Saya merasa seperti sedang berada di rumah sendiri. Saya jadi lebih sering membeli buku di sini." | Nyaman dan keramahan penjual dapat memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan meningkatkan keinginan konsumen untuk kembali berbelanja. |

Berdasarkan hasil wawancara dari 5 informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa suasana nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memiliki pengaruh yang positif terhadap keinginan konsumen untuk kembali berbelanja. Suasana nyaman dapat meningkatkan kenyamanan konsumen, sedangkan

keramahan penjual dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Kedua faktor tersebut dapat membuat konsumen merasa senang dan betah berbelanja di Pasar Wilis, sehingga mereka lebih cenderung untuk kembali berbelanja di masa mendatang.

| Nama Informan | Kode | Hasil Wawancara | Penjelasan Detail |
|--------------------|------|---|--|
| Galuh Dwi Putri A | 3 | "Diskon dan penawaran tambahan itu penting banget, apalagi untuk mahasiswa kayak saya. Dengan diskon, saya dapat beli buku lebih banyak dengan uang yang sama." | Diskon dan penawaran tambahan menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian buku bagi konsumen yang memiliki anggaran terbatas, seperti pelajar. |
| Achmad Hilmi Fuadi | 3 | "Saya suka kalau ada penawaran tambahan berupa bonus buku atau merchandise. Jadi, saya dapat dapat bonus tambahan tanpa harus mengeluarkan uang lagi." | Penawaran tambahan berupa bonus buku atau merchandise dapat menambah nilai kepuasan konsumen, terutama jika bonus tersebut sesuai dengan minat atau kebutuhan konsumen. |
| Annisa | 3 | "Saya biasanya beli buku di Pasar Wilis karena harganya lebih murah daripada di toko buku lain. Kalau ada diskon, saya pasti akan beli lebih banyak." | Harga buku yang terjangkau menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk berbelanja di Pasar Wilis. Diskon dapat semakin memperkuat daya tarik Pasar Wilis bagi konsumen. |

| | | | |
|----------------------|---|---|---|
| Mujtaba Alfan Nur | 3 | "Kalau ada diskon, saya pasti akan bandingkan harga dulu dengan toko buku lain. Kalau lebih murah, saya pasti akan beli di Pasar Wilis." | Konsumen akan membandingkan harga sebelum memutuskan untuk membeli buku di Pasar Wilis. Diskon dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian jika harga buku di Pasar Wilis lebih murah daripada toko buku lain. |
| Yudhistira Ananta | 3 | "Saya suka kalau ada diskon karena dapat jadi kesempatan untuk beli buku yang sudah lama saya incar. Kalau ada penawaran tambahan, itu bonusnya." | Diskon dan penawaran tambahan dapat menjadi kesempatan bagi konsumen untuk membeli buku yang diinginkan dengan harga yang lebih murah atau mendapatkan bonus tambahan. |

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat konsumen merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis sangatlah penting. Diskon dan penawaran tambahan dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian buku, terutama bagi konsumen yang memiliki anggaran terbatas atau ingin mendapatkan nilai tambah lebih dari pembeliannya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Perilaku Konsumen dalam Pembelian Buku di Pasar Wilis ditinjau dari Aspek *Cognitive Component*

Perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis, aspek *Cognitive Component* mencakup proses berpikir dan penilaian yang dilakukan oleh konsumen sebelum mereka membuat keputusan pembelian. Hal ini

melibatkan penilaian terhadap kebutuhan dan preferensi pribadi. Proses ini dapat dipengaruhi oleh pengetahuan sebelumnya, persepsi konsumen terhadap merek buku atau penulis, serta informasi yang mereka peroleh dari sumber lain.

Hasil penelitian mengenai perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis menyoroti aspek *Cognitive Component*, yang melibatkan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen saat memilih buku. Faktor pertama adalah tampilan fisik buku, termasuk judul, sampul, dan ukuran. Konsumen cenderung tertarik pada buku yang menarik secara visual. Faktor kedua adalah isi buku, seperti genre, tema, dan penulis. Preferensi konsumen terhadap konten tertentu akan menjadi penentu utama dalam pembelian buku. Selanjutnya, minat konsumen juga memainkan peran penting, di mana kecenderungan pribadi dan ketertarikan terhadap topik tertentu dapat mempengaruhi pilihan buku.

Faktor lain yang turut mempengaruhi keputusan pembelian termasuk rekomendasi dari orang lain, baik dari teman, keluarga, atau tokoh yang dihormati. Ulasan di internet juga menjadi sumber informasi yang signifikan bagi konsumen dalam menilai kualitas buku sebelum memutuskan untuk membelinya serta faktor ekonomi seperti harga dan diskon turut berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sehingga secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan kompleksitas dalam faktor-faktor *cognitive component* yang saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumen dalam membeli buku di Pasar Wilis.



Gambar 4.6 Knsumen di Pasar Wilis (Sumber : Hasil Data Peneliti, 2023)

Teori Wijaya, yang mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang proses dalam pemilihan, pembelian, dan pemakaian produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan, dapat dihubungkan dengan hasil penelitian mengenai perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis. Faktor-faktor seperti tampilan fisik buku, isi buku, dan minat konsumen yang diidentifikasi dalam hasil penelitian merupakan bagian dari proses pemilihan yang dipaparkan oleh Teori Wijaya. Konsumen secara aktif memilih buku berdasarkan preferensi visual (tampilan fisik), preferensi konten (isi buku), dan preferensi pribadi (minat konsumen). Dalam konteks Teori Wijaya, faktor-faktor lain seperti rekomendasi dari orang lain, ulasan di internet, dan faktor ekonomi dapat dianggap sebagai sumber informasi yang digunakan konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis dapat diterapkan dalam kerangka konsep Teori Wijaya, yang menekankan proses pemilihan dan kepuasan kebutuhan konsumen (Gestari, 2021).

Sementara Priansa mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang mencakup pencarian, pembelian, penggunaan, evaluasi, dan penghadapan produk dan jasa dengan harapan memuaskan kebutuhan, dapat terkait dengan

hasil penelitian mengenai perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti tampilan fisik buku, isi buku, minat konsumen, rekomendasi dari orang lain, ulasan di internet, dan faktor ekonomi, dapat diidentifikasi sebagai elemen-elemen yang terlibat dalam berbagai tahap dari proses konsumsi yang dijelaskan oleh Teori Priansa. Selanjutnya, Priansa menyoroti pentingnya informasi tentang konsumen dan perilakunya pada setiap tahap proses perancangan strategi pemasaran. Informasi ini dapat digunakan oleh pelaku pasar untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, sejalan dengan pendekatan Teori Priansa yang menekankan pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen sebagai dasar untuk merancang strategi pemasaran yang berhasil. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat diintegrasikan ke dalam konteks perancangan strategi pemasaran yang berfokus pada pemahaman perilaku konsumen (Adnan, 2019).

Kotler mengemukakan bahwa indikator perilaku konsumen dalam *Cognitive Component* terkait dengan kepercayaan konsumen dan persepsi mereka terhadap suatu objek, yang dalam konteks ini dapat mengacu pada atribut produk atau merek buku. Keseluruhan komponen kognitif, seperti pengetahuan dan keyakinan, mendukung sikap konsumen secara keseluruhan. Dalam hasil penelitian mengenai perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Buku Wilis, faktor-faktor seperti minat, kebutuhan, keinginan, dan pertimbangan harga mencerminkan aspek-aspek kognitif yang secara langsung mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap buku-buku yang ditawarkan. Minat konsumen terhadap tema, genre, atau penulis buku, sebagaimana diungkapkan dalam hasil penelitian, dapat dihubungkan dengan proses kognitif dalam Teori Kotler. Konsumen membentuk persepsi dan pengetahuan mereka tentang buku-buku tersebut, yang pada gilirannya mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap kualitas dan relevansi buku tersebut dengan preferensi pribadi (Mulyanti & Fachrurrozi, 2017).

Kebutuhan konsumen, termasuk kebutuhan akademis, pekerjaan, atau pengembangan diri, juga mencerminkan proses kognitif yang melibatkan penilaian dan pemahaman terhadap atribut-atribut buku. Dalam konteks

keinginan konsumen untuk menambah pengetahuan, keterampilan, atau kesenangan, hal ini sejalan dengan pembentukan keyakinan melalui proses kognitif yang dijelaskan oleh Teori Kotler. Pertimbangan harga yang menjadi faktor dalam pembelian buku di Pasar Buku Wilis juga dapat dihubungkan dengan aspek kognitif, di mana konsumen melakukan penilaian rasional terhadap nilai dan biaya buku. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi relevansi Teori Kotler dalam menjelaskan *Cognitive Component* dalam perilaku konsumen pada pembelian buku di pasar buku seperti Pasar Buku Wilis.

Teori Kotler & Armstrong secara jelas mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, termasuk budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam hal ini, faktor-faktor tersebut dapat ditemukan terkait dengan aspek *Cognitive Component*. Misalnya, faktor budaya tercermin dalam preferensi buku berdasarkan genre atau tema tertentu, sementara faktor sosial tercermin dalam pengaruh kelompok referensi dan rekomendasi dari orang lain. Faktor pribadi, seperti usia, pekerjaan, dan gaya hidup, juga dapat memainkan peran dalam penilaian konsumen terhadap buku. Sementara faktor psikologis seperti motivasi dan persepsi dapat mempengaruhi cara konsumen menilai kualitas buku. Teori Kotler & Armstrong juga menyoroti pentingnya informasi dalam pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian mengkonfirmasi hal ini dengan mengidentifikasi lima kategori informasi yang dibutuhkan oleh konsumen di Pasar Buku Wilis, termasuk informasi tentang buku, promo atau diskon, lokasi, kualitas, dan pelayanan sehingga memberikan konfirmasi empiris terhadap konsep-konsep dalam teori Kotler & Armstrong, menunjukkan bagaimana faktor-faktor tersebut konkretnya beroperasi dalam konteks pembelian buku, khususnya dalam aspek *Cognitive Component* (Reska dkk., 2023).

Kotler dan Keller menyatakan bahwa kebutuhan yang terangsang mendorong konsumen untuk mencari informasi lebih lanjut dapat dihubungkan dengan hasil penelitian tentang perilaku konsumen di Pasar Buku Wilis. Konsumen di Pasar Buku Wilis memang melakukan pencarian informasi sebelum melakukan pembelian. Konsumen tersebut aktif membaca ulasan buku,

membandingkan harga, dan mencari informasi lain yang relevan, mencerminkan tingkat pencarian informasi aktif sesuai dengan konsep dalam teori Kotler dan Keller. Proses pencarian informasi ini dapat dilihat sebagai respon terhadap stimulasi kebutuhan konsumen untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik sebelum membuat keputusan pembelian (Nisa, 2022).

Konsumen di Pasar Buku Wilis mengandalkan sumber pribadi, seperti keluarga, teman, dan kenalan, untuk mendapatkan rekomendasi dan ulasan buku. Mereka juga mengandalkan sumber komersial, seperti iklan dan toko, serta sumber publik, seperti media massa, dalam mencari informasi tentang buku. Sumber-sumber ini sesuai dengan kategorisasi yang disajikan dalam teori, mengindikasikan bahwa konsumen menggunakan berbagai sumber untuk memperoleh informasi sebelum melakukan pembelian. Konsumen mencari informasi yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen di Pasar Buku Wilis menunjukkan bahwa mereka membutuhkan informasi yang dapat membantu mereka membuat keputusan pembelian yang tepat.

Kotler dan Keller menekankan proses evaluasi konsumen sebagai proses berorientasi kognitif, dapat dihubungkan dengan hasil penelitian tentang perilaku konsumen di Pasar Buku Wilis. Proses evaluasi konsumen, seperti yang dijelaskan dalam teori, mencakup pembentukan penilaian produk secara sadar dan rasional. Konsumen sadar mengevaluasi buku berdasarkan faktor-faktor seperti ketersediaan buku, kemampuan untuk menawar harga, kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit. Ini menunjukkan bahwa konsumen di Pasar Buku Wilis secara aktif memproses informasi dan membentuk penilaian produk sebelum membuat keputusan pembelian, menggambarkan elemen *Cognitive Component* dalam perilaku mereka. Faktor-faktor seperti ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga, dapat dipahami sebagai atribut-atribut yang dinilai oleh konsumen sesuai dengan konsep dasar dalam teori Kotler dan Keller. Konsumen di Pasar Wilis menganggap ketersediaan buku yang lengkap dan harga yang terjangkau sebagai atribut yang memberikan manfaat dalam memuaskan kebutuhan mereka (Yulinda dkk., 2021).

Kemampuan untuk menawar harga juga dianggap sebagai atribut yang memberikan manfaat dalam evaluasi konsumen terhadap keputusan pembelian. Kesadaran tinggi terhadap kualitas buku, yang terungkap dalam hasil penelitian, mencerminkan bahwa konsumen di Pasar Buku Wilis memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda dalam memberikan manfaat. Mereka tidak hanya membeli buku berdasarkan judul atau covernya, tetapi juga memperhatikan kualitas isi buku, menunjukkan pemahaman yang mendalam terhadap atribut-atribut yang dianggap relevan dan penting dalam proses evaluasi konsumen. Hal ini menegaskan keterkaitan antara teori Kotler dan Keller dengan perilaku konsumen di Pasar Buku Wilis, khususnya dalam konteks *Cognitive Component*.

4.2.2 Perilaku Konsumen dalam Pembelian Buku di Pasar Wilis ditinjau dari Aspek *Affective Component*

Dalam penelitian ini, *Affective Component* mencerminkan perasaan positif konsumen selama proses pencarian buku. Konsumen menggambarkan perasaan senang, suka, tenang, dan semangat, menunjukkan bahwa Pasar Buku Wilis berhasil menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi mereka. Faktor-faktor seperti variasi buku dengan harga terjangkau, suasana yang nyaman, serta keberadaan penjual buku yang ramah dan informatif tampaknya menjadi pemicu utama perasaan positif ini. Interaksi positif dengan penjual buku memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen dan membentuk persepsi positif terhadap pasar tersebut. *Affective Component* tidak hanya mencerminkan perasaan subjektif konsumen, tetapi juga menciptakan landasan yang kuat untuk kepuasan dan loyalitas konsumen di Pasar Buku Wilis. Dalam kerangka *Affective Component*, suasana nyaman dan interaksi yang ramah dengan penjual buku di Pasar Wilis menunjukkan bahwa aspek emosional memainkan peran penting dalam pengalaman konsumen. Perasaan positif ini dapat mempengaruhi perilaku konsumen lebih lanjut, seperti kecenderungan untuk kembali berbelanja di pasar yang sama atau memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Dalam proses memperoleh informasi dari buku, konsumen mengalami

beragam perasaan yang mencerminkan aspek afektif. Ciri khas *Affective Component* seperti senang, puas, antusias, tertarik, semangat, terkagum-kagum, dan kagum dapat ditemui dalam kategori perasaan konsumen yang terungkap dalam penelitian ini. Sebagai contoh, perasaan senang dan puas muncul ketika informasi yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan atau harapan, menunjukkan bahwa aspek emosional memainkan peran dalam proses memperoleh informasi dari buku di Pasar Wilis. Keterlibatan *Affective Component* juga dapat dilihat dalam kategori perasaan konsumen seperti antusias, ingin menerapkan, semangat, dan termotivasi. Ketika konsumen merasa bahwa informasi yang diperoleh dapat memberikan manfaat atau dorongan untuk mencapai tujuan, perasaan ini mencerminkan dimensi afektif yang kuat. Hal ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong, yang menyatakan bahwa emosi dapat mengikuti tindakan pembelian, terutama dalam konteks pembelian impulsif. Kehadiran perasaan positif seperti antusias dan semangat dapat memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian impulsif buku (Putri & Sudaryanto, 2022).

Dengan adanya perasaan tertarik dan ingin mengetahui lebih lanjut, serta terkagum-kagum, *Affective Component* juga berperan dalam membentuk sikap konsumen terhadap informasi yang diperoleh. Konsumen yang merasa tertarik dan ingin mengetahui lebih lanjut menunjukkan ketertarikan emosional mereka terhadap informasi yang belum mereka ketahui secara mendalam. Sementara itu, perasaan terkagum-kagum menunjukkan penghargaan emosional terhadap kualitas informasi atau penulis yang dihormati sehingga mencerminkan bahwa emosi dan perasaan memainkan peran penting dalam proses pembelian buku di Pasar Buku Wilis, sesuai dengan konsep *Affective Component*.

Affective Component menggambarkan perasaan kepuasan konsumen terhadap layanan di pasar tersebut. Informan menyatakan bahwa mereka merasa puas dengan berbagai aspek layanan di Pasar Buku Wilis, mencakup pilihan buku, harga, pelayanan, fasilitas, akses, promo, diskon, hingga pilihan buku impor dan buku langka. Kepuasan konsumen ini menciptakan pengalaman positif dan emosional terhadap pasar, sesuai dengan konsep *Affective Component*. Perasaan puas konsumen terhadap pilihan buku yang lengkap, harga

yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah dan informatif mencerminkan dimensi emosional dari *Affective Component* (Aini dkk., 2022).



Gambar 4.7 Aktivitas Konsumen di Pasar Wilis (Sumber : Hasil Data Peneliti, 2023)

Kepuasan ini bukan hanya terfokus pada produk (buku) itu sendiri, tetapi juga terkait dengan interaksi dan pengalaman layanan di Pasar Buku Wilis. Hal ini menunjukkan bahwa *Affective Component* dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pasar dan meningkatkan niat beli kembali, sesuai dengan teori Kotler dan Keller yang menekankan bahwa kepuasan konsumen dapat membentuk perilaku konsumen selanjutnya. Perasaan puas terhadap kemudahan akses dan penawaran khusus seperti promo dan diskon dapat menciptakan pengalaman emosional positif. Kepuasan terhadap ketersediaan buku impor dan buku langka mencerminkan apresiasi emosional terhadap variasi dan keunikannya. Hal ini menggambarkan bahwa *Affective Component* memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan niat beli konsumen di Pasar Buku Wilis, sejalan dengan teori dan konsep yang telah dijelaskan (Santoso dkk., 2020).

Affective Component dalam keputusan pembelian buku di Pasar Wilis tercermin dalam penampilan buku yang memiliki kontribusi yang beragam terhadap keputusan pembelian. Konsumen di Pasar Buku Wilis menilai penampilan buku dengan cara yang berbeda, tergantung pada preferensi dan prioritas pribadi mereka. Faktor sosial, seperti sikap orang lain terhadap penampilan buku, juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, terutama

bagi konsumen yang cenderung mengikuti tren atau mendapatkan pengaruh dari orang lain. Faktor situasi yang mempengaruhi niat pembelian, seperti harga yang diharapkan dan manfaat yang diharapkan, juga dapat diidentifikasi dalam hasil penelitian. Konsumen dengan anggaran terbatas atau lebih fokus pada isi buku cenderung memberikan penekanan lebih pada faktor-faktor tersebut dalam keputusan pembelian. Hal ini mencerminkan bagaimana faktor situasi dapat mengubah niat pembelian konsumen, sejalan dengan teori Kotler dan Keller (Sari & Nasution, 2022).

Kualitas buku dan reputasi penulis memiliki peran penting dalam keputusan pembelian konsumen di Pasar Buku Wilis. Hal ini mencerminkan bahwa *Affective Component*, terutama dalam hal preferensi terhadap kualitas dan reputasi, memainkan peran signifikan dalam membentuk keputusan pembelian konsumen di pasar tersebut. Konsumen di Pasar Wilis menunjukkan fleksibilitas dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu, menegaskan bahwa aspek emosional dan preferensi personal sangat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Teori pemasaran Kotler dan Armstrong menggarisbawahi peran keputusan pembelian konsumen dalam membentuk preferensi merek dan niat untuk membeli. Dua faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah sikap orang lain dan faktor situasi yang tidak terantisipasi. Sikap orang lain dapat mengurangi alternatif yang disukai seseorang, tergantung pada intensitas sikap negatif orang lain dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan mereka. Faktor situasi yang tidak terantisipasi, seperti harga dan manfaat yang diharapkan, juga dapat mengubah niat pembelian. Perilaku pasca pembelian dipengaruhi oleh tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk yang akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya (Siregar & Aslami, 2022).

Atmosfer pasar tradisional memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan personal, melalui ramainya suasana, peluang untuk menemukan buku yang beragam dan murah, interaksi personal dengan pedagang, dan suasana pasar yang sarat akan budaya. Aspek afektif ini

melibatkan perasaan positif seperti kegembiraan dan kenyamanan, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Atmosfer Pasar Buku Wilis menjadi faktor penting dalam menentukan pilihan berbelanja bagi sebagian konsumen, dengan dampak positif terhadap pengalaman berbelanja dan kemungkinan kembali untuk berbelanja di masa mendatang. Hal ini mencerminkan pentingnya aspek afektif dalam membentuk keputusan pembelian konsumen, di mana suasana dan pengalaman berbelanja memainkan peran penting dalam menciptakan preferensi dan niat beli (Ramadhan & Pangestuti, 2018).

4.2.3 Perilaku Konsumen dalam Pembelian Buku di Pasar Wilis ditinjau dari Aspek *Conative Component*

Aspek *Conative Component* dalam perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis menyoroti tindakan nyata atau keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen. Peluang untuk menemukan buku yang lebih beragam dan murah di Pasar Wilis dapat merangsang keinginan konsumen untuk mengambil tindakan pembelian. Faktor-faktor praktis seperti interaksi personal dengan pedagang dan suasana yang nyaman juga dapat memainkan peran dalam mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Perilaku konsumen yang bersifat konatif juga tercermin dalam kepentingan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah pembelian. Jika konsumen merasa puas dengan pengalaman berbelanja dan mendapatkan buku sesuai dengan kebutuhan mereka, kemungkinan besar mereka akan kembali lagi untuk berbelanja di Pasar Wilis. Aspek *Conative Component* dalam hal ini mencakup tindakan konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka, misalnya didorong oleh faktor-faktor seperti ketersediaan, harga, dan pengalaman berbelanja yang positif.

Teori Harman menekankan pada studi perilaku konsumen yang melibatkan individu, kelompok, atau organisasi, serta proses yang digunakan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan membuang produk atau layanan guna memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dalam konteks pembelian buku di Pasar Wilis, aspek konatif dari perilaku konsumen memunculkan

tindakan nyata dalam proses pembelian. Atmosfer nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis, seperti yang diungkapkan dalam hasil penelitian, memiliki pengaruh positif terhadap keinginan konsumen untuk kembali berbelanja, menggambarkan bagaimana *Conative Component* atau tindakan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut (Dewanti & Irwansyah, 2021).

Hasil penelitian ini menyoroti pengaruh positif dari atmosfer nyaman dan keramahan penjual terhadap keinginan konsumen untuk kembali berbelanja. Konatif component dari perilaku konsumen dalam hal ini mencakup tindakan konkret untuk berbelanja kembali, yang dipengaruhi oleh kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan konsumen. Dengan kata lain, aspek *Conative Component* dalam hal ini mencerminkan kecenderungan konsumen untuk mengambil tindakan lebih lanjut berupa pembelian berulang sebagai respons terhadap pengalaman positif di Pasar Wilis. Keinginan konsumen untuk kembali berbelanja di Pasar Wilis memperkuat aspek *Conative Component* dari perilaku konsumen yang mencakup tindakan pembelian. Konsep pemilihan, penggunaan, dan pemilahan produk atau layanan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan, sebagaimana dijelaskan oleh teori Harman, secara konkret tercermin dalam tindakan pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh atmosfer dan interaksi positif di Pasar Wilis.

Kotler & Armstrong menekankan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor budaya mencakup pengaruh budaya, sub-budaya, dan kelas sosial, sedangkan faktor sosial melibatkan kelompok referensi dan keluarga. Faktor pribadi mencakup usia, tahapan daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep. Sementara itu, faktor psikologis melibatkan motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap. Dalam hal pembelian buku di Pasar Wilis, faktor-faktor ini dapat memainkan peran dalam membentuk konatif component atau tindakan pembelian konsumen. Atmosfer nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memiliki dampak positif terhadap keinginan konsumen untuk kembali berbelanja (Tanjung dkk., 2023).

Dalam kerangka teori Kotler & Armstrong, aspek *conative component* dari perilaku konsumen di Pasar Wilis tercermin dalam tindakan nyata konsumen untuk berbelanja kembali. Keinginan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis seperti kepuasan dan persepsi positif terhadap atmosfer dan interaksi dengan penjual. Dengan demikian, tindakan konatif konsumen dalam hal ini dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi dan psikologis yang dijelaskan dalam teori Kotler & Armstrong. Hal ini mencerminkan bagaimana faktor-faktor tersebut memainkan peran dalam membentuk aspek *conative* dari perilaku pembelian konsumen.

Kotler menyoroti *Conative Component* sebagai kecenderungan melakukan suatu tindakan, dengan fokus pada keinginan berperilaku atau behavioral intention. Dalam penelitian di Pasar Wilis, *Conative Component* dapat diukur dengan indikator atas produk yang diinginkan atau dipilih oleh konsumen. Konsep ini merangkum kecenderungan konsumen untuk mengambil tindakan konkret, seperti pembelian buku, yang dapat tercermin dalam preferensi dan pilihan produk yang mereka pilih. Peran diskon dan penawaran tambahan di Pasar Wilis sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dalam kerangka teori Kotler, *Conative Component* dari perilaku konsumen di Pasar Wilis tercermin dalam tindakan nyata konsumen untuk memilih dan membeli buku, dengan faktor diskon dan penawaran tambahan memegang peran penting sebagai pendorong keputusan pembelian. Dengan kata lain, keinginan berperilaku konsumen untuk memperoleh nilai lebih atau mendapatkan keuntungan tambahan dapat diukur melalui tindakan pembelian yang dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut. Sehingga *Conative Component* tidak hanya mencakup keinginan untuk berperilaku, tetapi juga mengukur tindakan nyata konsumen, seperti keputusan pembelian buku, yang tercermin dalam preferensi atas produk yang diinginkan dan dipilih oleh konsumen, terutama ketika ada diskon dan penawaran tambahan yang mempengaruhi keputusan pembelian (Waani dkk., 2022).

Gaya pengambilan keputusan, khususnya kesadaran harga, menekankan

bahwa konsumen yang sadar harga dan nilai cenderung berbelanja dengan hati-hati, mencari harga yang lebih rendah, mencari tawaran khusus, dan terdorong oleh motivasi untuk mendapatkan nilai terbaik untuk uang yang mereka keluarkan. Dalam penelitian di Pasar Wilis, aspek *Conative Component* tercermin dalam tindakan konsumen untuk mencari dan memilih buku dengan memperhitungkan diskon dan penawaran tambahan. Konsumen yang sadar harga dapat diidentifikasi dari keputusan pembelian mereka yang didorong oleh keinginan untuk mendapatkan nilai lebih, yang dapat diukur sebagai bagian dari *Conative Component* (Ramadhan & Utami, 2019).

Hasil penelitian ini menegaskan peran penting diskon dan penawaran tambahan dalam membuat konsumen merasa mendapatkan nilai lebih. Diskon dan penawaran tambahan menjadi faktor penentu yang mempengaruhi keputusan pembelian buku, terutama bagi konsumen yang memiliki anggaran terbatas atau menginginkan nilai tambah dari pembelian mereka. Dalam kerangka *Conative Component*, tindakan pembelian konsumen di Pasar Wilis mencerminkan keinginan konkret untuk mendapatkan nilai lebih, sejalan dengan prinsip sadar harga sehingga *Conative Component* dari perilaku konsumen di Pasar Wilis tercermin dalam tindakan konsumen yang dipandu oleh keinginan mendapatkan nilai lebih dan mendapatkan penawaran terbaik, yang selaras dengan karakteristik konsumen yang sadar harga.

4.2.4 Keterkaitan Hasil Penelitian Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa perilaku konsumen ketika berbelanja buku di Pasar Wilis sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Mereka cenderung menjalankan proses pembelian dengan mempertimbangkan kebutuhan spesifik, seperti buku pelajaran, referensi kuliah, dan buku komik. Konsumen juga tetap berpegang pada prinsip keuangan Islam, menghitung secara cermat pengeluaran mereka untuk memastikan bahwa pembelian buku tidak menyebabkan pemborosan. Kesadaran akan keuangan dalam proses pembelian buku di Pasar Wilis mencerminkan sikap bijaksana konsumen dalam mengelola sumber daya ekonomi mereka.

Adanya pertimbangan terhadap kebutuhan dan keseimbangan keuangan menunjukkan bahwa konsumen bukan hanya berbelanja untuk memenuhi keinginan semata, tetapi juga untuk memastikan efisiensi dan keberlanjutan dalam aspek keuangan mereka. Perilaku konsumen ini tidak hanya mencerminkan aspek keagamaan, tetapi juga kesadaran finansial yang mendalam dalam menjalani proses pembelian buku di Pasar Wilis.

Hal ini sesuai dengan ajaran Islam yang mengajarkan tentang batasan-batasan manusia dalam mengonsumsi suatu produk barang atau jasa, baik yang dijelaskan dalam Al-Qur'an maupun hadis (Hisan & Haniatunnisa, 2023). Ajaran Islam secara khusus menekankan pada batasan-batasan yang harus diikuti oleh manusia dalam mengonsumsi barang atau jasa. Konsumen diarahkan untuk mengambil tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai agama, termasuk dalam hal konsumsi barang dan jasa. Oleh karena itu, kesesuaian perilaku konsumen dengan ajaran Islam tidak hanya sebatas aturan, tetapi menciptakan landasan etis dalam mengonsumsi. Hal ini mencerminkan komitmen untuk hidup sesuai dengan nilai-nilai agama, yang tidak hanya memberikan pedoman moral, tetapi juga menegaskan tanggung jawab terhadap keberlanjutan, keadilan, dan kebijaksanaan dalam penggunaan sumber daya.

Peningkatan kesejahteraan konsumen dapat tercapai melalui keputusan bijak dalam mengonsumsi barang dan jasa, dengan memberikan preferensi pada produk yang bermanfaat dan halal. Pendekatan ini menekankan pentingnya memilih barang yang tidak hanya memberikan manfaat nyata tetapi juga sesuai dengan norma-norma keagamaan, khususnya dalam ajaran Islam. Penelitian yang dilakukan oleh Dardo (2023) menyoroti prinsip larangan dalam Islam terhadap penghalalan yang tidak tepat dan pengharaman yang tidak sepatutnya, menjadi panduan utama bagi konsumen Muslim dalam menjalankan kehidupan sehari-hari mereka. Dengan mengutamakan konsumsi produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama, konsumen tidak hanya mencapai kesejahteraan fisik, tetapi juga spiritual. Melalui pemilihan produk yang sesuai dengan ajaran Islam, konsumen mampu mencapai kesejahteraan yang mencakup aspek fisik, mental, dan spiritual.

Dalam Al-Qur'an disebutkan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرَمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ۝ ٨٧
وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ۝ ٨٨

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepadanya.” (Qs. Al- Ma'idah :87-88)

Surat Al-Ma'idah, ayat 87 dan 88, memberikan panduan jelas mengenai perilaku konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam. Dalam tafsir Al-Jalalayn, terdapat penekanan pada pentingnya memahami batasan dalam konsumsi dan memilih barang yang halal serta baik. Ayat-ayat ini tidak hanya menjadi pedoman spiritual, tetapi juga relevan dalam konteks perilaku konsumen.

Ayat 87 dari Surat Al-Ma'idah mengandung peringatan yang sangat penting bagi umat Islam tentang pengharaman barang yang telah diharamkan oleh Allah. Dalam konteks ini, Allah memanggil orang-orang beriman dengan sebutan *“يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا”* (Hai orang-orang yang beriman), yang menunjukkan bahwa perintah ini ditujukan khusus kepada mereka yang telah mengakui keimanan mereka (Tafsir Al- jalalain)

Larangan untuk *“mengharamkan”* sesuatu yang halal mencerminkan pentingnya menghormati ketetapan Allah. Dalam praktiknya, hal ini bisa terjadi ketika seseorang menghindari makanan tertentu tanpa alasan yang dibenarkan, seperti tradisi atau prasangka. Tindakan seperti ini tidak hanya mengabaikan nikmat yang diberikan, tetapi juga menunjukkan ketidakpuasan terhadap ketentuan Allah. Selanjutnya, peringatan untuk *“jangan melampaui batas”* menunjukkan bahwa umat Islam harus berpegang pada prinsip moderasi dalam segala aspek, termasuk konsumsi. Ini mengingatkan kita agar tidak terjebak dalam perilaku boros atau berlebihan, yang sering kali merugikan diri sendiri dan masyarakat.

Ayat ini menegaskan bahwa umat Islam diperintahkan untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik. Dalam konteks perilaku konsumen,

ini berarti bahwa individu harus memilih produk yang tidak hanya sesuai dengan syariat, tetapi juga berkualitas dan bermanfaat. Kesadaran akan pentingnya memilih barang yang baik mencerminkan sikap bijak dalam pengelolaan sumber daya ekonomi (Tafsir Al- jalalain)

Keterkaitan antara ayat-ayat ini dan perilaku konsumen dalam perspektif Islam dapat dilihat dari bagaimana konsumen di Pasar Wilis, misalnya, mempertimbangkan kebutuhan dan kewajiban finansial mereka. Mereka tidak hanya berbelanja untuk memenuhi keinginan, tetapi juga memastikan bahwa pembelian mereka tidak menyebabkan pemborosan. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam yang mengajak umat untuk menjalani kehidupan dengan bijak dan seimbang. Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan, terlihat bahwa konsumen yang berbelanja buku di Pasar Wilis cenderung memperhatikan halal dan baiknya produk, serta menghitung pengeluaran dengan cermat. Ini menunjukkan bahwa mereka memahami bahwa konsumsi yang dilakukan tidak hanya berimplikasi pada kebutuhan fisik, tetapi juga pada tanggung jawab moral dan spiritual. Kesadaran ini sejalan dengan prinsip bertakwa kepada Allah, yang ditekankan dalam ayat ini.

Dalam konteks ini, perilaku konsumen yang bijak mencerminkan sikap bertanggung jawab dalam menggunakan sumber daya. Konsumen tidak hanya berfokus pada kuantitas, tetapi juga pada kualitas dan manfaat dari barang yang dibeli. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong umat untuk memilih yang baik dan menghindari perilaku boros.

Dengan demikian, surat Al-Ma'idah ayat 87 dan 88 menjadi landasan penting dalam memahami perilaku konsumsi dalam Islam. Ayat-ayat ini mengajak umat untuk menjalani kehidupan konsumtif yang seimbang, bertanggung jawab, dan sesuai dengan nilai-nilai agama. Dalam penelitian perilaku konsumen, hal ini menunjukkan bahwa kesadaran akan prinsip-prinsip Islam dapat memengaruhi keputusan pembelian, menciptakan pola konsumsi yang lebih bijak, berkelanjutan, dan berorientasi pada kesejahteraan individu dan masyarakat moderasi dalam segala aspek, termasuk konsumsi. Ini mengingatkan kita agar tidak terjebak dalam perilaku boros atau berlebihan, yang sering kali

merugikan diri sendiri dan masyarakat.

Secara keseluruhan, ayat ini mengajak umat untuk bersikap bijaksana dalam memilih dan mengonsumsi barang, mencerminkan keseimbangan antara kebutuhan spiritual dan material. Dengan demikian, ayat ini tidak hanya berfungsi sebagai hukum, tetapi juga sebagai pedoman moral dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Ayat dari Al-Qur'an, yakni surat Al-Ma'idah (87-88), memberikan panduan yang jelas kepada umat Islam tentang perilaku konsumsi yang dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Dalam petunjuk ini, Allah menganjurkan umat beriman untuk tidak mengharamkan apa yang telah diharamkan-Nya, menekankan bahwa pemilihan barang atau jasa yang baik dan bermanfaat merupakan bagian penting dari kepatuhan terhadap aturan-Nya. Larangan terhadap perilaku yang melampaui batas juga disoroti, mengingatkan agar umat Islam tidak terjerumus dalam praktik-praktik konsumtif yang berlebihan atau tidak terkendali (Nadila dkk., 2023).

Dengan mengacu pada ayat tersebut maka tergambar bahwa konsumen sejati adalah mereka yang menjadikan kualitas barang dan kebermanfaatannya sebagai pertimbangan utama dalam pengeluaran mereka. Konsep kesederhanaan dalam konsumsi memandu umat untuk menghindari perilaku boros dan pelit. Artinya, konsumen dihibau untuk mencapai keseimbangan yang bijak dalam memenuhi kebutuhan, tidak hanya memperhatikan kuantitas tetapi juga kualitas dan manfaat yang diperoleh dari barang atau jasa yang dikonsumsi. Dengan demikian, ayat tersebut menciptakan dasar moral dan etis bagi umat Islam dalam menjalankan pola konsumsi yang sejalan dengan ajaran agama mereka.

Islam mendorong umatnya untuk mengadopsi sikap hidup yang sederhana, suatu prinsip yang tetap relevan bahkan dalam situasi ekonomi yang mungkin mengalami ketidakpastian. Prinsip ini tidak hanya memegang peranan penting dalam aspek spiritual, tetapi juga dapat memberikan kontribusi positif terhadap kemaslahatan masyarakat secara menyeluruh. Ajaran Islam memandang bahwa seorang muslim, dalam melakukan konsumsi, harus didasarkan pada pemahaman bahwa kebutuhan manusia memiliki batasan

(Maharani & Hidayat, 2020). Oleh karena itu, dihibau agar konsumsi dilakukan secara moderat dan tidak berlebihan.

Pentingnya mengkonsumsi dengan mempertimbangkan kebutuhan daripada keinginan ditekankan, dan tingkat kepuasan tidak hanya diukur oleh jumlah atau variasi pilihan, melainkan sejauh mana konsumsi tersebut menghasilkan kemaslahatan. Konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis cenderung berbelanja dengan mempertimbangkan kebutuhan spesifik, kesadaran akan prinsip keuangan Islam juga tercermin dalam kehati-hatian konsumen dalam mengelola pengeluaran agar tidak menimbulkan pemborosan. Dengan demikian, penerapan sikap hidup sederhana dalam konsumsi buku di Pasar Wilis mencerminkan tidak hanya kepatuhan terhadap nilai-nilai agama, tetapi juga kebijaksanaan dalam manajemen sumber daya ekonomi.

Memenuhi kebutuhan hidup dengan penuh kesadaran menjadi fokus dalam ajaran Islam, mengingat bahwa kelangsungan hidup yang baik tergantung pada pemenuhan kebutuhan secara wajar. Namun, jika kebutuhan hidup dipenuhi dengan cara yang berlebihan, dapat menimbulkan dampak negatif bagi individu. Israf, yang mencakup pemborosan dalam pengeluaran, dapat mengakibatkan seseorang tunduk pada hawa nafsu dan menghabiskan uang untuk hal-hal yang tidak perlu, merugikan diri sendiri. Sebagai konsumen muslim, disarankan untuk mengontrol diri dalam aktivitas konsumsi, mengikuti prinsip-prinsip Islam dalam proses pembelian barang atau jasa (Rohayedi & Maulina, 2020). Melalui penerapan kegiatan belanja yang bijak dan sederhana, sesuai dengan tuntunan agama, konsumen dapat lebih mempertimbangkan kebutuhan yang benar-benar penting. Praktik berhemat dan menabung diharapkan dapat menjadi bagian dari pola konsumsi, membantu mengatur pengeluaran kebutuhan secara efisien. Pengelolaan keuangan konsumen dapat terjaga dengan baik, menciptakan keseimbangan antara memenuhi kebutuhan dan menjalani kehidupan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konsumen yang berbelanja buku di Pasar Wilis memiliki kecenderungan untuk selalu memperhitungkan kondisi keuangan mereka sebelum melakukan

pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa para konsumen tersebut tidak sembarangan dalam mengelola aspek finansial mereka ketika hendak membeli buku. Proses pembelian buku di Pasar Wilis dilakukan secara hati-hati, dengan konsumen cenderung memikirkan secara matang-matang sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu buku. Memperhatikan kondisi keuangan dan pertimbangan matang sebelum berbelanja buku di Pasar Wilis mencerminkan perilaku konsumen yang bijak dalam mengelola sumber daya finansial mereka. Kesadaran ini tidak hanya memastikan bahwa pembelian buku sesuai dengan kebutuhan, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap keuangan konsumen.

Allah SWT berfirman dalam Al- Qur'an.

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ
 إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ

“Dan berikanlah kepada keluarga- keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS Al- Isra’: 26-27)

Surat Al-Isra’, yang juga dikenal sebagai surat Bani Isra’il, memiliki banyak pesan moral dan etika bagi umat Islam. Ayat 26 dan 27 memberikan arahan jelas mengenai pengelolaan harta dan perilaku konsumsi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam tafsir Al-Jalalayn, kedua ayat ini menekankan pentingnya perhatian terhadap hak-hak sosial dan kewajiban moral dalam pengeluaran.

Dalam ayat ini, Allah memerintahkan umat Islam untuk memberikan hak kepada kerabat dekat, orang miskin, dan mereka yang membutuhkan. Ini menunjukkan bahwa pengelolaan harta tidak hanya berfokus pada kepentingan pribadi, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial. Dalam konteks perilaku konsumen, hal ini mengajak individu untuk mempertimbangkan dampak dari setiap pengeluaran yang mereka lakukan.

Penelitian perilaku konsumen menunjukkan bahwa kesadaran akan tanggung jawab sosial mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen yang memahami ajaran Islam cenderung lebih memilih untuk berbelanja dengan memperhatikan kebutuhan orang lain, serta mengutamakan produk yang bermanfaat dan halal. Hal ini mencerminkan sikap empati dan kepedulian yang diharuskan oleh ajaran agama (Tafsir Al- Jalalain)

Ayat ini memberikan peringatan keras tentang akibat dari pemborosan. Menghubungkan perilaku boros dengan setan menegaskan bahwa tindakan tersebut mengarah pada perilaku yang tidak hanya merugikan individu, tetapi juga dapat merusak masyarakat. Dalam konteks perilaku konsumen, ini menunjukkan bahwa konsumen harus bijak dalam mengelola pengeluaran mereka, menghindari kebiasaan membeli barang yang tidak diperlukan dan pemborosan yang tidak produktif (Tafsir Al-Jalalain)

Keterkaitan antara ayat-ayat ini dan perilaku konsumen dalam perspektif Islam terlihat dari bagaimana konsumen di Pasar Wilis, misalnya, menunjukkan sikap yang lebih hati-hati dan bijaksana dalam pengeluaran mereka. Mereka tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan pribadi, tetapi juga dampak sosial dari keputusan pembelian mereka. Hal ini mencerminkan nilai-nilai yang diajarkan dalam ayat-ayat tersebut.

Dengan memahami perintah untuk memberikan kepada yang berhak dan menghindari pemborosan, konsumen dapat mengembangkan pola konsumsi yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab. Mereka dapat memilih untuk mendukung produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan mereka, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Secara keseluruhan, 2 ayat ini dari Surat Al-Isra' mengajak umat Islam untuk menjalani kehidupan konsumtif yang seimbang, dengan memperhatikan hak-hak sosial dan menghindari perilaku boros. Penerapan nilai-nilai ini dalam perilaku konsumen dapat membantu menciptakan masyarakat yang lebih adil dan sejahtera, selaras dengan prinsip-prinsip Islam yang menekankan kesejahteraan individu dan kolektif.

Ayat dari Surat Al-Isra' (26-27) menekankan pentingnya memberikan

hak kepada keluarga dekat, orang miskin, dan mereka yang dalam perjalanan, sambil menegaskan agar tidak menghambur-hamburkan harta dengan cara yang boros (Mess & Charles, 2022). Dalam ayat berikutnya (ayat 27), ditegaskan bahwa orang yang bersifat pemboros atau pelaku mubazir adalah mereka yang menggunakan harta secara tidak tepat, seperti dalam kemaksiatan atau berlebihan dalam pengeluaran, terutama ketika kerabat dekat mereka membutuhkan. Ungkapan "itu adalah saudara setan" menyoroti kesamaan sifat dan perbuatan, menunjukkan bahwa pelaku pemborosan dapat dianggap sejalan dengan karakter setan, menjadi teman baik di dunia maupun akhirat.

Ayat tersebut juga menekankan tingkat ketidakpatuhan setan terhadap Tuhan, menjelaskan bahwa setan sangat ingkar kepada-Nya dan mendapatkan laknat sebagai konsekuensi. Pesan ini menyiratkan bahwa pelaku mubazir perlu dihindari agar tidak mendapat laknat dari Allah. Ayat ini memberikan arahan yang tegas tentang pentingnya mengelola harta dengan bijak, memastikan bahwa penggunaan harta tidak hanya memenuhi kebutuhan pribadi tetapi juga bersifat berkelanjutan dan sesuai dengan tuntunan agama.

Menurut konsepsi umum, mubazir merupakan tindakan membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak semestinya, mengakibatkan pemborosan yang tidak produktif dan sia-sia (Indranata, 2022). Sikap boros ini juga dianggap dapat merusak tatanan kehidupan ekonomi secara keseluruhan. Dalam perspektif Islam, telah dijelaskan dengan jelas dan tegas mengenai pentingnya mengelola harta dengan bijak. Islam menganjurkan pendekatan penghematan yang mengambil jalan tengah, yaitu tidak hanya memastikan kebutuhan terpenuhi tanpa kekurangan, tetapi juga menghindari perilaku berlebihan dalam pengeluaran. Dalam kerangka nilai-nilai Islam, pentingnya pengambilan jalan tengah dalam pengelolaan harta menunjukkan kesadaran akan nilai ekonomi yang seimbang dan berkelanjutan. Hal ini memperkuat konsep bahwa penghematan bukan hanya berdampak positif pada keuangan pribadi, tetapi juga mendukung stabilitas dan keseimbangan dalam aspek ekonomi masyarakat secara lebih luas.

Mengikuti jalan tengah antara perilaku boros dan kikir dianggap sebagai

sifat yang terpuji dalam Islam, yang dikenal sebagai akhlaqul mahmudah. Hal ini berarti adopsi sikap bijaksana dalam mengelola sumber daya dan kemampuan finansial, di mana jika seseorang memiliki kemampuan untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa, hal tersebut diizinkan selama tetap mematuhi standar aturan syariat yang berlaku. Tindakan tidak kikir, dalam hal ini, bukan hanya berkaitan dengan memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menunjukkan kesiapan untuk melakukannya tanpa menahan diri atau terkesan menyiksa diri sendiri.

Lebih lanjut, tidak kikir mencerminkan penghargaan terhadap nikmat Allah dan tanggung jawab untuk menggunakan harta secara bertanggung jawab. Sikap ini memandang bahwa kemampuan untuk memenuhi kebutuhan tidak boleh disia-siakan atau diabaikan, melainkan harus diakui sebagai anugerah yang perlu dimanfaatkan dengan bijak. Prinsip pengambilan jalan tengah ini tidak hanya menciptakan keseimbangan antara keberlimpahan dan hemat, tetapi juga memupuk sikap syukur serta tanggung jawab sosial terhadap pengelolaan sumber daya.

Dalam Al-Qur'an surat Thaahaa ayat 81 disebutkan

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ يَحِلَّ عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ

“makanlah di antara rezki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. Dan Barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, Maka Sesungguhnya binasalah ia”. (Q.S. Thahaa: 81).

Surat Thaha, yang merupakan surat ke-20 dalam Al-Qur'an, mengandung banyak pelajaran berharga mengenai etika dan perilaku yang sesuai dengan ajaran Islam. Ayat 81 dari surat ini menekankan pentingnya mengonsumsi rezeki yang baik dan menghindari perilaku yang melampaui batas. Dalam Tafsir Al-Muyassar, ayat ini diuraikan dengan jelas, memberikan panduan bagi umat Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam Tafsir Al-Muyassar, ayat ini menggambarkan dua hal utama: anjuran untuk mengonsumsi makanan yang baik dan larangan untuk berlebihan

dalam pengeluaran. Istilah “طَيِّبَات” (yang baik) menunjukkan bahwa makanan dan barang yang dikonsumsi harus berkualitas tinggi dan bermanfaat. Ini mencerminkan prinsip kesadaran akan kesehatan dan kesejahteraan, di mana umat Islam diingatkan untuk memilih produk yang tidak hanya halal, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi tubuh dan jiwa (Tafsir Al- Muyassar)

Larangan untuk “melampaui batas” mengingatkan kita agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan atau boros. Perilaku ini tidak hanya berisiko merugikan diri sendiri, tetapi juga dapat membawa dampak negatif bagi masyarakat secara keseluruhan. Dalam konteks penelitian perilaku konsumen, hal ini menunjukkan perlunya kesadaran dalam setiap tindakan konsumsi. Konsumen yang bijak harus mempertimbangkan dampak dari pilihan mereka, baik secara pribadi maupun sosial.

Keterkaitan antara ayat ini dan perilaku konsumen dapat dilihat dalam beberapa aspek. Pertama, dalam penelitian yang dilakukan di Pasar Wilis, konsumen terlihat sangat mempertimbangkan kualitas dari barang yang mereka beli. Mereka tidak hanya fokus pada harga, tetapi juga pada manfaat dan kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa mereka mengikuti anjuran untuk mengonsumsi “rezeki yang baik.”

Kedua, kesadaran akan pengelolaan keuangan yang bijak menjadi kunci dalam perilaku konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam. Konsumen di Pasar Wilis cenderung melakukan perencanaan yang matang sebelum berbelanja, menghitung pengeluaran mereka agar tidak melampaui batas kemampuan finansial. Ini mencerminkan prinsip moderasi yang ditekankan dalam ayat ini.

Ketiga, ayat ini juga mengajak konsumen untuk menjauhi sikap boros. Dalam konteks penelitian, terlihat bahwa konsumen yang berbelanja di Pasar Wilis tidak hanya membeli barang untuk memenuhi keinginan, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Ini mencerminkan sikap bijaksana dalam pengelolaan sumber daya, di mana mereka menghindari pemborosan dan memastikan bahwa setiap pembelian memberikan manfaat.

Surat Thaha ayat 81 memberikan panduan yang jelas mengenai etika konsumsi dalam Islam. Dalam konteks perilaku konsumen, ayat ini

mengingatkan kita untuk memilih barang yang baik dan mengelola keuangan dengan bijak. Dengan memahami makna dan implikasi dari ayat ini, konsumen diharapkan dapat menjalani kehidupan yang lebih seimbang dan bertanggung jawab, selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Ayat dari Surat Thaha menegaskan pentingnya untuk mengonsumsi rezeki yang baik dengan bijak dan tidak melebihi batas yang telah ditentukan oleh Allah. Melampaui batas tersebut dapat menyebabkan kemurkaan-Nya menimpa seseorang, dan dampaknya bisa sangat merugikan. Ayat ini menjadi pengingat bagi umat Islam untuk menjalani kehidupan konsumtif dengan penuh pertimbangan, menjauhi perilaku berlebihan dalam pengeluaran yang tidak sesuai dengan batasan yang ditetapkan (Samsuriadi dkk., 2023).

Sebagai umat Islam, dianjurkan untuk tidak berlebihan dalam membelanjakan harta, menjaga agar pembelian barang-barang dilakukan sesuai dengan penghasilan yang dimiliki, dan mengarahkan belanja kepada kebutuhan yang bermanfaat (Ridwan & Andriyanto, 2019). Sikap ini tidak hanya didasarkan pada tindakan bijak dalam pengelolaan sumber daya, tetapi juga merupakan wujud tanggung jawab spiritual, yaitu mempertanggungjawabkan penggunaan harta di hadapan Allah. Ayat tersebut mengarahkan umat Islam untuk membangun sikap bijak dan bertanggung jawab dalam menjalani kehidupan konsumtif, menjauhi tindakan yang dapat mendatangkan murka Allah.

Berdasarkan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa konsumen yang berbelanja buku di Pasar Wilis telah menunjukkan perilaku yang mencerminkan pengelolaan harta secara bijak dan mematuhi prinsip-prinsip Islam. Dalam hal ini, pembelian buku dianggap sebagai pengeluaran harta yang dilakukan dengan tujuan yang baik, menghindari perilaku kikir dan mencerminkan kesadaran terhadap nilai-nilai Islam. Konsumen tersebut secara konsisten menjalankan aktivitas belanja buku sesuai dengan syariat Islam, mempertimbangkan manfaat barang yang dibeli, serta memastikan bahwa

tindakan konsumtif mereka tidak merugikan orang lain. Konsumen di Pasar Wilis juga menunjukkan sikap bersedekah yang tinggi, siap membantu sesama kapan pun dan di mana pun diperlukan. Tindakan bersedekah ini mencerminkan kepedulian terhadap kebutuhan orang lain, memberikan tambahan dimensi sosial pada pola konsumsi mereka. Perilaku konsumen ini tidak hanya menciptakan dampak positif pada diri mereka sendiri, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara lebih luas, sejalan dengan nilai-nilai ajaran Islam.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis Kota Malang menyoroti beberapa aspek, yaitu; *cognitive component*, *affective component*, dan *conactive component*. Aspek *cognitive component* berkaitan dengan kepercayaan dan persepsi konsumen yang melibatkan beberapa faktor utama. Pertama, tampilan fisik buku memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen. Buku dengan desain sampul yang menarik dan kualitas cetakan yang baik cenderung lebih diminati. Kedua, isi buku menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih buku yang relevan dengan minat dan kebutuhan mereka. Ketiga, rekomendasi dari orang lain, seperti teman, keluarga, atau tokoh yang dihormati, sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Terakhir, ulasan di internet, baik dari situs web penjualan buku maupun media sosial, memberikan pandangan tambahan yang membantu konsumen dalam membuat keputusan yang lebih informatif. Aspek *affective component* berkaitan dengan perasaan dan emosi konsumen. Pasar Buku Wilis berhasil menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan memuaskan bagi konsumen. Hal ini dicapai melalui penyediaan berbagai macam buku dengan harga yang terjangkau namun tetap berkualitas dan penemuan buku-buku langka yang tidak mudah ditemukan di tempat lain. Selain itu, pelayanan yang ramah dan membantu dari penjual menambah kenyamanan konsumen saat berbelanja. Pengalaman positif ini tidak hanya membuat konsumen merasa puas tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan Pasar Buku Wilis. Sedangkan Aspek *conactive component* berkaitan dengan kecenderungan untuk melakukan pembelian berulang. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman positif yang mereka dapatkan mendorong mereka untuk kembali dan membeli lebih banyak buku di masa depan. Pembelian berulang ini juga mencerminkan loyalitas konsumen terhadap Pasar Buku Wilis.

Selain itu, perilaku konsumen di Pasar Buku Wilis juga mencerminkan nilai-nilai ajaran islam. Konsumen mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan mereka, yang membantu dalam meminimalisir pemborosan. Dalam

Islam, pemborosan dianggap sebagai tindakan yang tidak disukai, dan konsumen di Pasar Buku Wilis menunjukkan kesadaran akan hal ini dengan membuat keputusan pembelian yang bijaksana. Mereka mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari buku yang dibeli dan memastikan bahwa pembelian tersebut benar-benar diperlukan.

5.2 Saran

Peneliti menyadari betul bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan evaluasi kedepannya:

1. Bagi pemasar disarankan untuk memahami dan memperhatikan aspek-aspek yang disoroti dalam proses pengambilan keputusan pembelian, seperti; aspek *cognitive component*, *affective component*, dan *conative component*. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, diharapkan pemasar atau penjual dapat mempertahankan atau bahkan menambah pelanggan serta dapat menciptakan daya saing yang baik dan berkualitas.
2. Bagi penelitian berikutnya diharapkan dapat mengembangkan lagi penelitian terkait keputusan pembelian dengan meneliti faktor-faktor lain yang secara teoritis bisa mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Adnan. 2018. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga Di Kota Lhokseumawe.” *Jurnal Visioner & Strategis* 7(2):1–9.
- Aini, F., Maulidiyah, R., & Hidayanto, M. F. (2022). Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 83-90.
- Al Qurtuby, S. (2017). Meningkatkan Budaya Baca dan Literasi Masyarakat Indonesia. Diakses melalui <http://www.liputan6.com/news/read/3203062/meningkatkan-budaya-baca-dan-literasi-masyarakat-indonesia>.(Berita Online).
- Alfionita, Cindy Mei, And Edy Yulianto. 2016. “(Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone Di Counter Handphone MATOS).” *Administrasi Bisnis* 36(1):178–85.
- Ali, M. H., & Rusmana, D. (2021). Konsep Mubazir dalam Al-Qur’an: Studi Tafsir Maudhu’i. *Jurnal Riset Agama*, 1(3), 11-29.
- Ambarwati, Dwi Asri Siti. 2015. “Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen Pada Online Shop Dan Toko Konvensional (Brick And Mortar Store). (Usul Penelitian).”
- An, Qiqi. 2020. “Research on 4V Marketing Strategy of Physical Bookstore Based on Consumer Behavior.”47 (Aadnic 2019):45–50.
- Ansari. 2015. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Merek Samsung.” *Jurnal Keuangan Dan Bisnis* 7(3):227–42.
- Arofah, Syamrotul Mu. 2019. “Pola Interaksi Sosial Antar Pedagang Buku Di Pasar Wilis Kota Malang.” *JADECS (Jurnal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)* 4(1):1.
- Dardo, D. D. H. (2023). Consumption Konsumsi dalam Kajian Ekonomi Islam. *EJESH: Jurnal Of Islamic Economics and Social*, 1(2), 63-73.

- Dewanti, I. N., & Irwansyah, I. (2021). Disonansi Kognitif Dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa Logo Halal. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 99-109.
- Dewi, Anteng, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Sabana Desa Waru Induk di Perumahan Grand Parung, Kabupaten Bogor). *Humanities, Management and Science Proceedings*, 1(2), 173-190.
- Fauroni, Muhammad Rizqon. 2020. "Eksistensi Pasar Buku Wilis Kota Malang Di Era Disrupsi." *Indonesian Journal of Social Science Education* 2(2):180–90.
- Fauza, M. (2017). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional dalam Menghadapi Ritel Modern di Kecamatan Medan Amplas. *Jurnal At-Tawassuth*,: 146-169.
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen. Surabaya: Deepublish.
- Gestari, R. D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Pada JD. ID Di Jakarta. *KALBISOCIO Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 8(1), 9-16.
- Goa, L. (2017). Perubahan Sosial dalam Kehidupan Bermasyarakat. *Jurnal Katetik dan Pastoral*, 53-67.
- Hartati, Ajeng Sri, Universitas Pendidikan Indonesia, Ratih Hurriyati, Universitas Pendidikan Indonesia, Bambang Widjajanta, and Universitas Pendidikan Indonesia. 2016. "Gaya Hidup Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian." 1(3):57–64
- Hisan, D. G., & Haniatunnisa, S. (2023). Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam. *An Nawawi*, 3(1), 13-30.
- Husna, M., Masri, D., Alfiansyah, M., & Wahyuni, S. (2023). Asbabun Nuzul Surah Al-Mujadalah Ayat 11 Dalam Perspektif Pendidikan di Pesantren Modern Darul Ihsan. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 1(3), 57–71.
- Igir, F. G., Tampi, J. R., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86-96.

- Indranata, C. J. (2022). Perilaku Konsumen Islam Modern Perspektif Konsumsi dalam Islam. *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 22(01), 59-81.
- Joshua, Davin, and Metta Padmalia. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship* 5(1):27–32. doi: 10.37715/jee.v5i1.384.
- Kinerja*, 14(1), 16-23
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. "*Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*".
- Kumbara, Vicky Brahma. 2021. "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2(5):604–30.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Rasionalitas Muslim: Perilaku Konsumsi dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 409-412.
- Management Development. In SpringerPanday, R., & Nursal, M. F. (2021). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 171-180.
- Marisa, Maemunah. 2020. "Analisis Tipe Kepribadian Konsumen Pada Bisnis Online Selama Pandemi." *Jurnal Manajemen Dan Profesional* 1(01):11–22. doi: 10.32815/jpro.v1i01.300.
- Mazzarol, T., & Rebound, S. (2020). Small Business
- Messy, M., & Charles, C. (2022). Pendidikan Karakter Dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra Ayat 23-30 Menurut Tafsir Al-Azhar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 2(1), 472-482.
- Muhardi, M. (2005). Paradigma Boros dalam Kegiatan Ekonomi. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 21(1), 81-92.
- Mulyanti, K., & Fachrurrozi, A. (2017). Analisis sikap dan perilaku masyarakat terhadap pelaksanaan program bank sampah (studi kasus masyarakat kelurahan bahagia bekasi utara). *Optimal: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam" 45" Bekasi*, 10(2), 154615.

- Nadila, N., Abubakar, A., & Basri, H. (2023). Analisis Konsep Perilaku Produsen Dalam Hukum Ekonomi Islam (Tijauan QS Al-Maidah Ayat 87). *Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law*, 8(2), 1-20.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(1), 44-57.
- Panday, R., & Nursal, M. F. (2021). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 171-180.
- Panggabean, A. P. (2017). Kualitas Interaksi Sosial antara Penjual dan Pembeli di Taman Pintar Book Store Yogyakarta. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(2), 106-118.
- Parise, S. G., P, J., & Kafka, R. (2016). Solving in the Crisis of Immediacy: How Digital Technology Can Transform the Customer Experience. *Business Horizons*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Permatasari, Evi, Hanna Luthfiana, Nurul Aulia Pratama, and Hapzi Ali. 2022. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk (Literatul Reviwe Perilaku Konsumen)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(5):522–29.
- Prabowo, Febri Indra, Yulianti Keke, and Bambang Istidjab. 2021. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik." 15(2):75–82. doi: 10.9744/pemasaran.15.2.75.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor.
- Putra, G., Z. Arifin, and S. Sunarti. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 48(1):124–31.

- Putri, N. M. E., & Sudaryanto, B. (2022). Analisis Pengaruh Price Discount Dan Daya Tarik Iklan Pada Aplikasi E-Wallet Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Ramadhan, M. A. F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ekolabel. *dalam Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1).
- Ramadhan, M. R., & Utami, S. (2019). Pengaruh Kesadaran Kesehatan, Nilai Yang Dirasakan, Keamanan Pangan Dan Harga Terhadap Nilai Beli Ulang Pada Konsumen Pizza Hut Di Kota Banda AC. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(2), 214-230.
- Reska, A., Juliati, Y. S. J., & Tambunan, K. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Takaful Dana Pendidikan pada PT Takaful Keluarga Cabang Medan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 951-985.
- Ridwan, M., & Andriyanto, I. (2019). Sikap Boros: Dari Normatif Teks ke Praktik Keluarga Muslim. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 273-284.
- Rohayedi, E., & Maulina, M. (2020). Konsumerisme Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)*, 4(1), 31-48.
- Rosita, Satyawisudarini. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pembelian *Online* Produk *T-Shirt Samesame Clothing*). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (ALMANA)*, 1(3), 108-116.
- Rozayni. 2011. "Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Komplek Pemda Perumahan Cemara Rt 03 Rw 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru)." *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau* 1.
- Saekoko et al. 2020. "Saekoko, Nyoko and Fanggidae/ Journal Of Management (SME's) Vol. 11, No.1, 2020, P49-64." 11(1):49-64.

- Samsuriadi, S., Abubakar, A., & Khalid, R. (2023). Tafsir of Qur'anic Verses on Consumption. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 91-101.
- Santoso, Giovani, And Anna Triwijayati. 2018. "Gaya Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Pada Generasi Z Indonesia." 11(3):231–42.
- Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133-145.
- Sari, P. I., & Nasution, M. I. P. (2022). Factors Affecting People's Buying Interest in Boba Qiuqiunian Drinks. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 2(2), 375-378.
- Siregar, A. M., & Aslami, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(2), 96-103.
- Subianto, Totok. 2007. "Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 3:165–82.
- Sujani. 2017. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap keputusan Belanja Di Indomaret." *Majalah Ekonomi* 22(1411):192–205.
- Sulistiyawati, N. A., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianya. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318-2332.
- Suryati, A., Nurmila, N., & Rahman, C. (2019). Konsep Ilmu Dalam Al- Qur'an: Studi Tafsir Surat Al-Mujadilah Ayat 11 Dan Surat Shaad Ayat 29. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 4(02), 216–227.
- Susantri, Yulia, Jalan Tgk Meurandeh Lr Keuchik Daud, Darul Imarah, Aceh Besar, and Sri Walny Rahayu. 2018. "Pencantuman Informasi Pada Label Produk Kosmetik Oleh Pelaku Usaha Dikaitkan Dengan Hak Konsumen Inclusion Of Informationn On Cosmetic Products Label ByThe Business Actor Associated The Consumer Rights." *Jalan PutroePhang No.1. Darussalam, Provinsi Aceh* 2(1):23111.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2015). *Manajemen Perusahaan Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty

- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 586-600.
- Tehuayo, Erlinda. 2021. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Kulit Kerang Mutiara Di Desa Batu Merah Kota Ambon." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5(3):8168–80.
- Waani, N. C., Mangantar, M., & Uhing, Y. (2022). Perbedaan Sikap Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Niu Green Tea Dan The Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1004-1013.
- Wahid, Muhammad, Agus. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Dan Nilai Pelanggan (Studi Pada Pengguna Motor Matik Suzuki Nex Fi). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 513-530.
- Yudiana, I. M., & Indiani, N. P. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 21(1), 55-63.
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store's Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1-14.

LAMPIRAN

Pedoman wawancara mengenai analisis perilaku konsumen dalam pembelian buku di Pasar Wilis

| No | Pertanyaan |
|-----|--|
| 1. | Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda? |
| 2. | Mengapa Anda membeli buku ini? |
| 3. | Apakah informasi yang Anda butuhkan? |
| 4. | Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda? |
| 5. | Apakah Anda yakin membeli buku ini? |
| 6. | Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut? |
| 7. | Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis? |
| 8. | Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis? |
| 9. | Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai? |
| 10. | Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku? |
| 11. | Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda? |
| 12. | Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku? |
| 13. | Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku? |
| 14. | Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut? |
| 15. | Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis? |
| 16. | Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis? |
| 17. | Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu? |
| 18. | Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal? |
| 19. | Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda? |
| 20. | Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas atau ada perasaan lain yang muncul? |
| 21. | Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja? |

| | |
|-----|--|
| 22. | Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis? |
|-----|--|

Lampiran

Transkrip Wawancara

INFORMAN 1

NAMA : GALUH DWI PUTRI A

PROFESI : PELAJAR

1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?

Jawaban : Saya biasanya mencari buku yang sesuai dengan minat saya terutama buku pelajaran yang saya butuhkan dan saya juga suka baca novel, saya akan cari novel. Kalau saya suka baca buku nonfiksi, saya akan cari buku nonfiksi.

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Saya membeli buku ini karena saya tertarik dengan temanya, yaitu tentang sejarah Indonesia. Saya memang suka membaca buku sejarah.

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Informasi yang saya butuhkan melibatkan lebih lanjut tentang isi buku, apakah ada ulasan pembaca atau testimoni yang dapat memberikan wawasan tambahan, dan apakah buku tersebut relevan dengan materi pembelajaran atau minat pribadi saya.

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya, buku ini memberikan informasi yang cukup sesuai dengan ekspektasi saya. Saya bisa menemukan semua yang saya butuhkan untuk memahami atau mengeksplorasi topik yang diangkat dalam buku.

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya, saya membeli dengan harga ini karena saya melihat nilai yang diberikan oleh buku ini sebanding dengan harganya. Harga tersebut sesuai dengan anggaran saya dan memberikan kepuasan dalam kualitas kontennya.

6. Apakah Anda sudah yakin untuk membeli buku ini?

Jawaban : Ya, saya yakin membeli buku ini. Setelah melihat sinopsis, membaca review positif, dan memastikan buku ini sesuai dengan minat saya, saya merasa yakin bahwa ini adalah pilihan yang tepat.

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya cukup yakin dengan kualitas buku di Pasar Wilis. Pengalaman positif sebelumnya dalam menemukan buku-buku berkualitas membuat saya memiliki keyakinan bahwa saya akan menemukan pilihan yang baik di sini

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman positif sebelumnya, seperti menemukan buku-buku unik dan mendapatkan rekomendasi dari penjual yang berpengalaman, membuat saya memiliki sikap positif terhadap berbelanja di Pasar Wilis. Saya merasa pasar ini menyediakan pilihan yang beragam dan menarik

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Saya memilih menggunakan tunai karena itu memberikan rasa kontrol yang lebih besar terhadap pengeluaran saya. Selain itu, pembayaran tunai membuat proses transaksi menjadi lebih cepat dan mudah.

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga memengaruhi keputusan saya. Saya lebih puas jika menemukan banyak pilihan buku dan ada fleksibilitas harga, karena itu memberi saya lebih banyak opsi dalam berbelanja.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit sangat mempengaruhi keputusan pembelian saya. Saya cenderung memilih buku yang memiliki reputasi baik dan direkomendasikan oleh orang lain, terutama jika ditulis oleh penulis yang saya sukai.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Harga merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian saya. Saya mencari nilai tambah dan berusaha mendapatkan buku dengan harga yang sesuai dengan anggaran saya. Namun, nilai konten juga menjadi pertimbangan utama.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku ?

Jawaban : Saya merasa senang dan antusias dalam proses pencarian buku. Seringkali, itu seperti petualangan menemukan buku-buku yang menarik di antara rak-rak buku di Pasar Wilis.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Saya merasa puas dan gembira ketika memperoleh informasi dari buku tersebut. Setiap kali saya menemukan fakta atau cerita yang menarik, itu membuat pengalaman membaca semakin berharga.

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis. Penjualnya ramah dan membantu, membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih menyenangkan.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penilaian terhadap penampilan buku cukup berkontribusi pada keputusan pembelian saya. Saya cenderung tertarik pada buku dengan desain dan sampul yang menarik, karena itu memberikan kesan pertama yang positif.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya cukup fleksibel dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu yang dianggap bernilai. Saya melihatnya sebagai investasi dalam pengetahuan dan hiburan.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang lebih personal karena interaksi langsung dengan penjual. Saya dapat bertanya-tanya tentang buku-buku tertentu, mendapatkan rekomendasi langsung, dan merasakan kehangatan atmosfer yang sulit ditemui dalam toko buku besar.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Pasar tradisional sangat penting dalam menentukan pilihan berbelanja saya. Suasana yang hangat, ramah, dan penuh dengan keunikan membuat saya lebih tertarik untuk kembali. Pengalaman berbelanja yang berbeda dari pusat perbelanjaan modern menambah daya tarik Pasar Wilis bagi saya.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas atau ada perasaan yang lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis membuat saya merasa betah dan senang berbelanja di sini. Saya jadi lebih tertarik untuk melihat-lihat buku-buku yang dijual, dan akhirnya memutuskan untuk membeli lebih banyak buku

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Peran diskon dan penawaran tambahan sangat penting bagi saya. Diskon membuat pembelian buku menjadi lebih terjangkau, dan penawaran tambahan seperti bonus atau paket bundel memberikan nilai lebih yang membuat saya merasa puas sebagai pelanggan.

INFORMAN 2

NAMA : ACHMAD HILMI FUADI

PROFESI : PELAJAR

1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?

Jawaban : Saya biasanya mencari buku yang sesuai dengan minat saya terutama buku pelajaran yang saya butuhkan dan saya juga suka baca novel, saya akan cari novel. Kalau saya suka baca buku nonfiksi, saya akan cari buku nonfiksi.

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Saya hobi membaca komik karena komik sering kali mengandung gambar dan teks yang menarik, menginspirasi imajinasi, dan membantu merangsang ide kreatif.

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Sinopsis dari buku biasanya menggambarkan isi dari buku. Melalui sinopsis, saya dapat melihat apakah buku tersebut memang sesuai dengan keinginan saya atau tidak.

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya, karena dibuku ini saya merasa sinopsis tersebut sesuai dengan bacaan yang ingin saya baca sampai membuat saya penasaran, sehingga saya mencoba untuk membeli buku tersebut.

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya, karena setelah judul saya baca sinopsis untuk meyakinkan kesesuaian judul dengan isi buku yang sudah pas dan sesuai yang saya harapkan

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya, saya membeli karena buku tersebut harganya yang sangat murah

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya cukup yakin dengan kuliatas yang dijual di pasar wilis ini dikarenakan pengalaman teman saya saat membeli buku di tempat tersebut kualitasnya cukup bagus dengan harga yang terjangkau

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman dilakukan oleh teman saya yang pernah membeli buku di pasar wilis ini sehingga meyakinkan saya untuk berkunjung dan membeli buku di pasar tersebut

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Saya menggunakan pembayaran secara tunai karena lebih umum dan mudah digunakan

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Harga buku yang sangat murah dan saya bisa tawar menawar dengan penjualnya. Serta saya mendapatkan diskon, jika membeli lebih dari satu.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban: Kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit semuanya dapat berpengaruh besar pada keputusan pembelian seseorang. Kualitas tulisan, narasi, penelitian, dan bahasa dalam sebuah buku dapat menjadi faktor utama dalam menarik pembeli. Jika buku itu ditulis dengan baik, memiliki informasi yang berharga, dan disampaikan dengan cara yang menarik, sehingga saya sebagai pembeli akan cenderung lebih tertarik untuk membelinya.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Promosi, penjualan, dan diskon juga dapat memengaruhi keputusan pembelian saya. Saya lebih cenderung untuk membeli buku jika mereka melihat penawaran khusus yang menarik, seperti diskon besar-besaran atau potongan harga.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya sangat antusias saat mencari buku baru. Proses ini seringkali dianggap sebagai kesempatan untuk mengeksplorasi topik baru

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Saya merasa tertarik ketika buku tersebut berhasil menarik perhatian dan membuat saya ingin terus membaca lebih lanjut, karena saya merasa tertarik dan terlibat dalam materi yang disajikan.

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas dengan Sapaan yang ramah dan hangat bisa membuat saya sebagai pembeli merasa diperhatikan dan dihargai.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian saya. Desain sampul yang menarik dapat memberikan kesan pertama yang positif dan mendorong saya untuk lebih memperhatikan buku tersebut.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Jika buku menawarkan konten yang unik, mendalam, atau berkualitas tinggi yang tidak dapat ditemukan di tempat lain, saya bersedia membayar lebih untuk mendapatkannya.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Di pasar tradisional, Saya sering berinteraksi langsung dengan penjual atau pedagang. Ini menciptakan pengalaman yang lebih personal

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Pasar tradisional sangat penting karena di Pasar tradisional sering kali memancarkan aura tradisional dan mencerminkan budaya lokal dari tempat tersebut. Dekorasi, musik, dan suasana pasar menciptakan pengalaman yang lebih khas dan autentik.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Saya sangat suka suasana di Pasar Wilis. Suasananya sejuk dan asri, karena ada pohon-pohon rindang. Selain itu, penjualnya juga sangat ramah dan informatif. Mereka selalu bersedia membantu saya menemukan buku yang saya cari.

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya suka kalau ada penawaran tambahan berupa bonus buku atau merchandise. Jadi, saya bisa dapat bonus tambahan tanpa harus mengeluarkan uang lagi.

INFORMAN 3

NAMA : ANNISA RAHMA

PROFESI : PELAJAR

1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?

Jawaban : Saya membeli buku ini karena saya ingin belajar bahasa Inggris. Buku ini merupakan buku pembelajaran bahasa Inggris yang dilengkapi dengan CD audio

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Saya membeli buku ini karena saya tertarik dengan temanya, yaitu tentang sejarah Indonesia. Saya memang suka membaca buku sejarah.

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Informasi yang saya butuhkan tergantung pada kebutuhan dan tujuan saya. Jika untuk pembelajaran bahasa Inggris, saya mencari buku yang memberikan materi yang lengkap dan dilengkapi dengan CD audio untuk praktik pendengaran.

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya, buku ini memiliki informasi yang cukup sesuai dengan yang saya cari. Isinya sesuai dengan kebutuhan saya dalam pembelajaran bahasa Inggris.

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya, saya yakin membeli buku ini karena sesuai dengan kebutuhan pembelajaran bahasa Inggris saya dan buku ini dilengkapi dengan CD audio yang akan membantu dalam praktek pendengaran.

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya, saya membeli dengan harga ini karena saya melihat nilai dan manfaat yang saya dapatkan dari buku ini sebanding dengan harganya, terutama karena ada kebutuhan pembelajaran bahasa Inggris.

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya cukup yakin dengan kualitas buku di Pasar Wilis. Seringkali saya menemukan buku-buku berkualitas dan bervariasi di sini.

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman positif sebelumnya di Pasar Wilis membuat saya merasa diperlakukan dengan ramah oleh penjual. Mereka selalu memberikan saran yang membantu dan membuat proses pembelian lebih menyenangkan.

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Keputusan untuk menggunakan tunai di Pasar Wilis dipengaruhi oleh kenyamanan saya dengan transaksi yang sederhana dan tanpa ribet.

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Ketersediaan buku yang beragam di Pasar Wilis membuat saya lebih tertarik untuk mencari dan menemukan buku-buku yang mungkin tidak tersedia di toko buku lain.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku sangat memengaruhi keputusan pembelian saya di Pasar Wilis. Saya cenderung memilih buku yang terlihat baik terbitannya dan memiliki kualitas cetakan yang bagus.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Faktor harga sangat penting dalam keputusan pembelian saya karena saya selalu mencari buku dengan harga yang sesuai dengan anggaran saya

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian rasakan?

Jawaban : Saya merasa seru dan senang dalam proses pencarian buku. Ada kegembiraan tersendiri ketika menemukan judul-judul yang unik dan menarik.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Saya merasa puas Ketika informasi yang diberikan oleh buku sangat relevan dan bermanfaat bagi saya, karena telah menemukan jawaban atau pemahaman yang saya cari.

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa sangat puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis. Penjualnya ramah dan membantu, membuat pengalaman berbelanja saya menjadi menyenangkan.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku sangat penting bagi saya. Jika buku terlihat rapi dan menarik, saya lebih tertarik untuk membelinya.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya cukup fleksibel untuk mengeluarkan uang lebih jika buku tersebut sesuai dengan minat dan kepentingan saya

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban: di pasar wilis saya dapat berbicara langsung dengan mereka, bertukar cerita, dan mendapatkan rekomendasi atau saran dari mereka.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Atmosfer yang ramah, teratur, dan bersih dapat membuat pengalaman berbelanja menjadi lebih nyaman

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Saya senang berbelanja di Pasar Wilis karena suasananya yang ramai dan semarak. Saya merasa seperti berada di pasar buku di negara-negara Eropa. Selain itu, penjualnya juga sangat ramah dan mudah diajak ngobrol

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya biasanya beli buku di Pasar Wilis karena harganya lebih murah daripada di toko buku lain. Kalau ada diskon, saya pasti akan beli lebih banyak.

INFORMAN 4**NAMA : MUJTABA ALFAN NUR****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban :** Saya biasanya melihat ulasan buku di internet. Kalau ulasan bukunya bagus, saya akan beli bukunya**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban :** Saya membeli buku ini karena saya ingin mengenal lebih jauh tentang penulisnya. Saya memang penggemar karya-karya penulis ini**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban :** Membaca ulasan dari pembaca lain atau rekomendasi dari sumber terpercaya dapat memberikan wawasan tambahan tentang kualitas dan nilai buku.**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban :** Ya karena Buku ini menyampaikan pesan moral atau pelajaran hidup yang kuat sering kali meninggalkan kesan yang mendalam pada pembaca.**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban :** Ya karena Ulasan yang positif dari pembaca lain atau kritikus buku dapat memberikan keyakinan kepada seseorang bahwa buku itu bernilai untuk dibaca.**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban :** Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban :** Saya cukup yakin karena kondisi fisik buku bagus**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban :** Pengalaman sebelumnya membeli buku di pasar yang menghasilkan buku dengan kualitas baik**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban :** Saya memiliki keyakinan yang kuat terhadap keamanan pembayaran tunai dan merasa bahwa itu adalah cara yang paling aman untuk bertransaksi, mereka mungkin lebih cenderung untuk menggunakan tunai saat berbelanja di pasar.**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?**

Jawaban : Kemampuan untuk menawar harga mungkin menjadi lebih penting jika buku tersebut adalah buku bekas atau memiliki kondisi yang tidak sempurna.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit semuanya dapat berpengaruh besar pada keputusan pembelian seseorang. Salah satunya Ulasan positif dari pembaca lain atau kritikus buku dapat memberikan gambaran yang baik tentang apa yang bisa diharapkan dari buku tersebut.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Cukup penting karena harga buku dapat memengaruhi persepsi nilai pembeli terhadap buku tersebut.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya memiliki rasa keingintahuan dalam Proses pencarian buku sering kali dipenuhi dengan rasa ingin tahu tentang berbagai topik dan genre.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Saya Memperoleh informasi dari buku juga bisa memberikan perasaan eksplorasi atau petualangan

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas karena pengawai yang ramah

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Desain sampul yang kreatif, estetik, atau sesuai dengan tema atau genre buku dapat membuat saya lebih tertarik

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya sangat fleksibel sesuai dengan keperluan tertentu, seperti penelitian akademis atau profesional

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Di Pasar wilis sering menawarkan berbagai macam buku langka, edisi khusus, atau barang-barang antik terkait dengan dunia buku.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penting karena memberikan kesan keamanan dan kepercayaan kepada pembeli dapat membuat mereka merasa lebih nyaman dalam berbelanja

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Tidak, tidak kesusahan

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Saya selalu merasa nyaman berbelanja di Pasar Wilis. Suasananya bersih dan rapi, dan penjualnya juga sangat ramah. Saya jadi lebih tertarik untuk membaca buku-buku yang dijual di sini

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Kalau ada diskon, saya pasti akan bandingkan harga dulu dengan toko buku lain. Kalau lebih murah, saya pasti akan beli di Pasar Wilis

INFORMAN 5**NAMA : YUDHISTIRA ANANTA****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?**

Jawaban : Saya biasanya melihat harga bukunya. Kalau harganya murah, saya akan beli bukunya

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Saya membeli buku ini karena harganya murah. Saya memang suka berburu buku murah

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Membandingkan harga di beberapa toko atau platform online

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya karena penulis buku memiliki reputasi yang baik dan dihormati dalam bidangnya

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Cukup yakin karena saya dapat melihat langsung kondisi fisik buku, seperti kebersihan, kerapian, dan kualitas cetakan, mereka mungkin lebih yakin terhadap kualitas buku yang ditawarkan

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman berbelanja di pasar yang memiliki suasana yang menyenangkan dan ramah juga dapat meningkatkan sikap positif

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Memilih tunai karena mereka tidak memiliki akses atau pengalaman yang cukup dengan teknologi pembayaran digital atau kartu kredit.

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kemampuan untuk menawar harga atau memperoleh buku dengan harga yang lebih rendah dapat menjadi faktor penting bagi saya yang memperhatikan anggaran.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ulasan yang memberikan pujian terhadap kualitas tulisan, plot, karakter, atau bahkan pesan moralnya dapat mempengaruhi saya untuk membelinya

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Faktor harga sangat penting karena saya memiliki anggaran tertentu yang harus dipatuhi. Saya memiliki batasan untuk membeli buku setiap bulannya atau setiap tahun.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa puas jika Menemukan buku yang dicari atau menemukan judul yang menarik

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Perasaan terinspirasi untuk bertindak atau mengubah sesuatu dalam hidup mereka setelah membaca buku tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya saya merasa puas karena selalu siap membantu pembeli dengan pertanyaan atau kebutuhan.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku sangat penting bagi saya. Jika buku terlihat rapi dan menarik, saya lebih tertarik untuk membelinya

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya cukup fleksibel jika buku tersebut memiliki kualitas tinggi atau ditulis oleh penulis favorit saya. Saya merasa bahwa investasi dalam buku yang berkualitas atau dari penulis yang saya sukai adalah hal yang berharga

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pengalaman yang didapat saat berbelanja di pasar wilis memberikan kesempatan untuk menemukan barang-barang yang unik dan sulit ditemukan di tempat lain

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Pasar tradisional sangat penting bagi saya karena memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan personal. Suasana yang ramah dan menyenangkan membuat saya merasa lebih puas dan cenderung untuk kembali.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Saya sering berbelanja di Pasar Wilis karena atmosfernya yang nyaman dan keramahan penjualnya. Saya merasa seperti sedang berada di rumah sendiri. Saya jadi lebih sering membeli buku di sini

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya suka kalau ada diskon karena bisa jadi kesempatan untuk beli buku yang sudah lama saya incar. Kalau ada penawaran tambahan, itu bonusnya

INFORMAN 6**NAMA : DAFFA AFRIZAL ACHMAD****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban :** Saya memilah buku biasanya dengan menentukan minat dan preferensi**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban :** Karena harga yang murah**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban :** Informasi tentang buku-buku yang dijual di Pasar Buku Wilis**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban :** Ya, buku ini memiliki informasi yang cukup untuk saya. Informasinya lengkap dan relevan dengan kebutuhan saya.**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban :** Ya karena Ulasan positif dari kritikus atau pembaca lain**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban :** Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban :** Pasar wilis dikenal karena menyediakan buku-buku berkualitas tinggi, pembeli cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas buku yang ditawarkan di sana**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban :** Pengalaman yang diberikan pelayanan yang ramah, sopan**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban :** Memiliki preferensi pribadi untuk menggunakan tunai karena merasa lebih nyaman dengan bentuk pembayaran**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban :** Ketersediaan buku yang luas dapat meningkatkan peluang menemukan buku yang diinginkan atau diminati. Jika toko buku atau pasar menawarkan beragam pilihan buku, pembeli mungkin merasa lebih puas dengan pengalaman berbelanja

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit semuanya dapat berpengaruh besar pada keputusan pembelian saya. Saya memiliki penulis favorit yang sudah terbukti menyajikan karya-karya berkualitas dan sesuai dengan preferensi mereka, kemungkinan besar mereka akan tertarik untuk membeli buku baru yang ditulis oleh penulis tersebut. Penggemar setia sering kali akan membeli buku terbaru dari penulis favorit mereka tanpa ragu.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Perbandingan harga buku dengan nilai yang ditawarkan juga merupakan pertimbangan penting. Saya akan mempertimbangkan apakah harga tersebut sepadan dengan kualitas buku, panjangnya, atau eksklusivitasnya.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasakan antusiasme saat mencari buku baru, terutama jika saya memiliki minat yang kuat dalam topik tertentu atau jika mereka menikmati pengalaman menelusuri rak-rak buku untuk menemukan judul yang menarik

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban: Saya Merasa puas ketika menemukan informasi yang relevan

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya saya merasa puas karena Menyediakan komunikasi yang jelas dan terbuka dengan pembeli, baik itu tentang informasi produk, kebijakan pengembalian, atau layanan pelanggan, akan membantu membangun kepercayaan dan meminimalkan ketidakpastian.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban: Penampilan buku adalah faktor pertama yang diperhatikan oleh pembeli saat mereka melihat rak-rak buku di pasar

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban: Saya lebih fleksibel dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan minat

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar Wilis sering kali memiliki nuansa yang hangat dan tradisional, dengan bangunan yang mungkin memiliki arsitektur khas dan interior yang menarik

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : penting karena memberikan kesan keamanan dan kepercayaan kepada pembeli dapat membuat mereka merasa lebih nyaman dalam berbelanja.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan ramah dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Sangat penting karena Diskon dan penawaran tambahan memberikan kesempatan untuk menghemat uang bagi pembeli.

INFORMAN 7**NAMA : KHOIRUL ANAM****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Saya memilah buku dengan membaca sinopsis dan ulasan buku untuk mendapatkan gambaran tentang isi dan kualitasnya**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Saya membeli buku untuk hiburan dan kesenangan pribadi.**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Informasi tentang promo atau diskon yang ditawarkan oleh pedagang buku di Pasar Buku Wilis**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Cukup, tetapi ada beberapa informasi yang saya rasa kurang.**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya karena murah**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Sangat yakin karena Reputasi pasar dapat dibangun dari pengalaman positif sebelumnya atau ulasan yang baik dari pembeli lain.**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis ?****Jawaban** : Pengalaman menemukan beragam buku berkualitas dan berbagai pilihan di pasar dapat meningkatkan kepuasan pembeli.**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Penggunaan tunai memberikan kontrol yang lebih besar atas pengeluaran saya dan menghindari potensi masalah terkait dengan pembayaran kartu kredit atau digital.**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Ketersediaan buku yang luas dapat meningkatkan peluang menemukan buku yang diinginkan atau diminati. Jika toko buku atau pasar menawarkan beragam pilihan buku, pembeli mungkin merasa lebih puas dengan pengalaman berbelanja

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, baik itu dari segi isi maupun produksi, merupakan faktor utama

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Faktor harga merupakan pertimbangan utama karena terkait dengan anggaran pribadi

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa antusias saat mencari buku baru karena dapat menemukan karya-karya penulis favorit, atau menemukan cerita yang menarik.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban: faktor harga merupakan pertimbangan utama karena terkait dengan anggaran pribadi

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas karena ramah dan hangat bisa membuat saya sebagai pembeli merasa diperhatikan dan dihargai.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Sampul buku yang menarik atau desain yang menarik dapat menarik perhatian dan membuat pembeli tertarik untuk lebih memperhatikan buku tersebut.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya sangat fleksibel karena saya sangat menghargai kualitas buku, baik dari segi isi maupun produksi, mereka mungkin lebih bersedia untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk buku yang dianggap memiliki kualitas yang lebih tinggi

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Tempatnya yang sangat luas dan disediakan mushola juga loh, di sini juga bisa review bukunya sebelum dibeli, tempatnya juga tidak jauh dari jalan raya

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Kenyamanan dengan pencahayaan yang baik, penataan barang yang terorganisir, dan musik latar yang menyenangkan dapat meningkatkan kenyamanan pembeli.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Saya merasa lebih santai dan nyaman saat menjelajahi produk-produk yang ditawarkan.

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Harganya sungguh murah meriah apalagi kalau borong bnyak buku pasti dapat diskon dah, sangat rekomendasi pokoknya.

INFORMAN 8**NAMA : ZUFAR AKMAL****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban :** Jelajahi berbagai sumber untuk mencari buku yang cocok dengan saya**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban :** Karena harganya terjangkau**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban :** Informasi tentang lokasi pedagang buku di Pasar Buku Wilis**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban :** Tidak, buku ini tidak memiliki informasi yang cukup untuk saya. Informasinya terlalu umum dan tidak spesifik.**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban :** Ya karena Sinopsis buku dan deskripsi yang jelas dan informatif dapat membantu pembeli untuk memahami apa yang dapat mereka harapkan dari buku tersebut, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap kualitas dan relevansi isi buku**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban :** Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban :** Cukup yakin**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban:** Pengalaman menemukan penawaran yang baik atau harga yang lebih rendah**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban:** Menggunakan tunai mungkin terasa lebih nyaman dan aman daripada menggunakan kartu kredit atau pembayaran digital.**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban :** Ketersediaan buku yang luas dapat meningkatkan peluang menemukan buku yang diinginkan atau diminati. Jika toko buku atau pasar menawarkan beragam pilihan buku, pembeli mungkin merasa lebih puas dengan pengalaman berbelanja

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ulasan positif dari pembaca atau kritikus dapat memberikan dorongan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Pentingnya faktor harga dalam keputusan memilih dan membeli buku jika harga yang wajar untuk buku yang dianggap bernilai tinggi akan lebih mungkin untuk dibeli.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa tenang dalam proses pencarian buku

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Kepuasan saat menyerap pengetahuan baru dan memperluas pemahaman tentang suatu topik.

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya saya merasa puas dengan Staf toko bertanya kepada pembeli apakah mereka membutuhkan bantuan atau informasi tambahan tentang produk tertentu.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya sering menilai kualitas cetakan buku berdasarkan tampilan fisiknya.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya cukup fleksibel jika penulis atau penerbit memiliki reputasi yang kuat atau dihormati dalam industri, pembeli mungkin lebih cenderung untuk membayar lebih banyak untuk buku-buku mereka karena mereka percaya bahwa mereka akan mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari investasi tersebut.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Di pasar wilis saya dapat berbicara langsung dengan mereka, bertukar cerita, dan mendapatkan rekomendasi atau saran dari mereka.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penjagaan keamanan yang baik, pencahayaan yang cukup di area parkir, dan sistem pembayaran yang aman dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap tempat tersebut.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Penjual yang ramah dan bersahabat dapat membuat pembeli merasa disambut dan dihargai

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Harga buku yang ada di Pasar wilis ini lebih murah dibanding daripada di toko buku yang lain.

INFORMAN 9

NAMA : GANA ADI FELDIALDI

PROFESI : MAHASISWA

1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?

Jawaban : Saya membeli buku untuk hiburan dan untuk menikmati cerita, plot, atau karakter yang menarik. Membaca buku seringkali menjadi cara yang menyenangkan untuk melepaskan diri dari keseharian dan memasuki dunia imajinatif.

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Karena ceritanya menarik

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Informasi tentang kualitas buku-buku yang dijual di Pasar Buku Wilis

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya, buku ini memiliki informasi yang cukup untuk saya. Informasinya mudah dipahami dan disajikan dengan cara yang menarik.

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya karena Kualitas fisik buku, termasuk desain sampul, tata letak, dan kualitas kertas yang baik

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Pasar sering menawarkan buku-buku dari penerbit terkenal atau penulis terkemuka, pembeli mungkin lebih yakin bahwa mereka akan mendapatkan buku berkualitas

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman berbelanja di pasar yang memiliki suasana yang menyenangkan dan ramah juga dapat meningkatkan sikap positif

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Pembayaran tunai tidak melibatkan risiko keamanan yang terkait dengan pencurian identitas atau penipuan kartu.

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kemampuan menegosiasi harga dimana mungkin saya merasa nyaman dan terampil dalam menegosiasikan harga, sementara yang lain mungkin tidak.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Pengaruh dari penulis favorit bisa sangat kuat, karena pembaca telah terbiasa dengan gaya penulisan, tema, atau kualitas karya dari penulis tersebut.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Bagi pembaca yang sangat memprioritaskan membaca dan menilai buku sebagai investasi dalam pengetahuan dan hiburan, harga mungkin bukanlah faktor yang sangat krusial.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa tenang dalam proses pencarian buku

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Memunculkan rasa bangga dan prestasi atas pencapaian pembelajaran yang baru

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya saya merasa puas karena staf toko memberikan informasi yang komprehensif dan akurat

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya sering menilai kualitas kertas, tata letak teks dan gambar, serta apakah buku terlihat profesional dan terawat dengan baik.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya sangat fleksibel karena memiliki keadaan keuangan yang stabil dan cukup fleksibel mungkin lebih siap untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk buku daripada seseorang yang memiliki keterbatasan keuangan.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Menemukan buku-buku langka, edisi klasik, atau judul-judul lama yang sulit ditemukan di toko buku konvensional.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Kenyamanan dengan pencahayaan yang baik, penataan barang yang terorganisir, dan musik latar yang menyenangkan dapat meningkatkan kenyamanan pembeli.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda Merasa kesulitan, puas atau ada perasaan yang lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Meningkatkan kesan positif dan membuat pembeli merasa dihargai sebagai pelanggan.

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon harga, penawaran beli satu dapat satu gratis, atau penawaran khusus lainnya yang membuat pembeli merasa bahwa mereka mendapatkan produk dengan harga yang lebih murah.

INFORMAN 10**NAMA : RAISHA AZZAHRA ARNA****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Buku-buku seperti novel, buku mewarnai, atau buku panduan seni dan kerajinan sering dibeli untuk membantu dalam relaksasi dan pengembangan keterampilan kreatif**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Sampul buku yang menarik**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Informasi tentang pelayanan yang diberikan oleh pedagang buku di Pasar Buku Wilis**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya, buku ini memiliki informasi yang cukup untuk saya. Informasinya akurat dan sesuai dengan sumber yang terpercaya**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya karena Isi buku dan kredibilitas informasi yang disajikan cukup baik**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Membaca ulasan atau mendengar rekomendasi dari orang lain tentang buku yang mereka beli di pasar**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Suasana lingkungan yang bersih, teratur, dan menarik secara visual, pembeli merasa lebih nyaman dan senang berbelanja di sana.**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Memilih tunai karena mereka tidak memiliki akses atau pengalaman yang cukup dengan teknologi pembayaran digital atau kartu kredit.**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Kemampuan menegosiasi harga dimana mungkin saya merasa nyaman dan terampil dalam menegosiasikan harga, sementara yang lain mungkin tidak.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, baik itu dari segi isi maupun produksi, merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian. Buku yang ditulis dengan baik, informatif, dan menarik secara konten akan lebih mungkin menarik minat pembeli

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Membandingkan harga buku dengan nilai yang mereka terima dari pembelian tersebut

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa senang menikmati waktu untuk menjelajahi berbagai pilihan, membaca sinopsis, dan merenungkan pilihan yang tersedia.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Informasi yang menarik bisa memicu minat yang lebih dalam dan membuat pembaca ingin terus mengeksplorasi topik tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas, jika pembeli perlu melakukan pengembalian produk, mereka disambut dengan baik dan diberikan proses pengembalian yang mudah dan tanpa kerumitan.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Sampul buku adalah elemen yang sangat penting dalam menarik minat pembeli

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya sangat fleksibel karena memiliki keadaan keuangan yang stabil dan cukup fleksibel mungkin lebih siap untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk buku daripada seseorang yang memiliki keterbatasan keuangan.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Suasana pasar buku bekas dapat memberikan pengalaman berbelanja yang unik dan lebih personal daripada toko buku besar atau penjualan buku onlin

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penting , karena dirancang untuk memudahkan aksesibilitas bagi pembeli, seperti akses yang ramah disabilitas, parkir yang nyaman, atau rute yang jelas di dalam toko, dapat meningkatkan kepuasan dan memengaruhi pilihan berbelanja.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Meningkatkan kesan positif dan membuat pembeli merasa dihargai sebagai pelanggan.

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon harga, penawaran beli satu dapat satu gratis, atau penawaran khusus lainnya yang membuat pembeli merasa bahwa mereka mendapatkan produk dengan harga yang lebih murah.

INFORMAN 11**NAMA : SHOFURIYA****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?**

Jawaban : Memperhatikan rekomendasi dari teman, keluarga, atau anggota komunitas yang memiliki selera yang serupa dengan saya. Mereka mungkin memiliki saran tentang buku yang mungkin saya nikmati.

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Untuk menambah wawasan baru

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Ilmu yang relevan

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya, saya yakin membeli buku ini.

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Cukup yakin

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Suasana lingkungan yang bersih, teratur, dan menarik secara visual, pembeli merasa lebih nyaman dan senang berbelanja di sana.

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Saya memilih tunai untuk menghindari biaya transaksi yang terkait dengan pembayaran kartu kredit atau digital.

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kemampuan menegosiasi harga dimana mungkin saya merasa nyaman dan terampil dalam menegosiasikan harga, sementara yang lain mungkin tidak.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ulasan positif dari pembaca atau kritikus dapat memberikan dorongan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Membandingkan harga buku dengan nilai yang mereka terima dari pembelian tersebut

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa senang menikmati waktu untuk menjelajahi berbagai pilihan, membaca sinopsis, dan merenungkan pilihan yang tersedia.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Perasaan terinspirasi untuk bertindak atau mengubah sesuatu dalam hidup mereka setelah membaca buku tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa sangat puas dengan Proses pembayaran di kasir berjalan lancar dan efisien, dengan staf toko yang ramah dan terampil dalam menangani transaksi.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Buku-buku dari penerbit terkenal atau terkemuka mungkin lebih mudah terjual karena pembeli memiliki keyakinan bahwa kualitas konten dan penampilan fisiknya

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih cenderung untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk membeli buku berkualitas.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Suasana pasar buku bekas seringkali lebih santai dan hangat, membuat pembeli merasa lebih nyaman untuk menjelajahi rak-rak buku tanpa tekanan waktu.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penjagaan keamanan yang baik, pencahayaan yang cukup di area parkir, dan sistem pembayaran yang aman dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap tempat tersebut.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual dapat membuat pembeli merasa terhubung dengan toko atau pasar tertentu

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Ketika pembeli melihat diskon atau penawaran khusus, mereka mungkin merasa tertarik untuk segera memanfaatkan kesempatan tersebut agar tidak kehilangan penawaran

INFORMAN 12**NAMA : DANIEL LUTVI PRIHANDANU****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban :** Saya membeli buku sebagai bagian dari hobi mereka untuk mengumpulkan buku-buku langka, buku dengan sampul khusus, atau edisi terbatas dari karya-karya terkenal.**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban :** Karena hobi**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban :** Cerita yang menarik**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban :** Ya**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban :** Ya, saya yakin membeli buku ini.**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban :** Tidak**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban :** Ketersediaan kebijakan pengembalian atau pertukaran barang di pasar juga dapat memberikan rasa percaya diri tambahan kepada pembeli**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban :** Suasana lingkungan yang bersih, teratur, dan menarik secara visual, pembeli merasa lebih nyaman dan senang berbelanja di sana**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban :** Tidak memiliki kartu kredit atau merasa tidak nyaman dengan proses pembayaran digital, sehingga lebih memilih untuk menggunakan tunai.**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban :** Kemampuan menegosiasi harga dimana mungkin saya merasa nyaman dan terampil dalam menegosiasikan harga, sementara yang lain mungkin tidak.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ulasan positif dari pembaca atau kritikus dapat memberikan dorongan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Bagi pembaca yang sangat memprioritaskan membaca dan menilai buku sebagai investasi dalam pengetahuan dan hiburan, harga mungkin bukanlah faktor yang sangat krusial.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa puas jika Menemukan buku yang dicari atau menemukan judul yang menarik

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Perasaan terinspirasi untuk bertindak atau mengubah sesuatu dalam hidup mereka setelah membaca buku tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya puas

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya menilai menilai buku berdasarkan reputasi penerbitnya

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih cenderung untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk membeli buku berkualitas.

18. Bagaimana suasana pasar tradisonal di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar buku bekas sering menjadi tempat berkumpulnya penggemar buku yang sama-sama menyukai buku-buku klasik atau langka.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Kenyamanan dengan pencahayaan yang baik, penataan barang yang terorganisir, dan musik latar yang menyenangkan dapat meningkatkan kenyamanan pembeli.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Interaksi yang ramah dengan penjual juga bisa memberikan kesempatan untuk berbagi informasi atau cerita yang bermakna, baik tentang produk atau topik lain yang relevan

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Ketika pembeli melihat diskon atau penawaran khusus, mereka mungkin merasa tertarik untuk segera memanfaatkan kesempatan tersebut agar tidak kehilangan penawaran

INFORMAN 13**NAMA : CAKRAWALA YEDIJA BARUS****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Sering membeli buku untuk rujukan dan penelitian. Buku-buku akademis, jurnal, atau panduan industri dapat digunakan sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Untuk kebutuhan kuliah**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Wawasan baru**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Mungkin, saya akan pertimbangkan lagi.**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Tergantung**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman sebelumnya berbelanja di pasar juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan seseorang terhadap kualitas buku.**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya membuat Anda memiliki sikap positif terhadap berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman berbelanja yang lancar, tanpa masalah atau hambatan, juga dapat memberikan kesan positif terhadap pasar.**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Saya terbiasa menggunakan tunai dalam kehidupan sehari-hari dan lebih memilih untuk melanjutkan kebiasaan tersebut saat berbelanja di pasar.**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Kemampuan untuk menawar harga mungkin menjadi lebih penting jika buku tersebut adalah buku bekas atau memiliki kondisi yang tidak sempurna**11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?**

Jawaban : Ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dapat menjadi faktor yang penting dalam keputusan memilih dan membeli buku, terutama bagi pembeli yang memperhatikan anggaran dan mencari nilai yang baik untuk uang

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Promosi, diskon, atau penawaran khusus bisa menjadi faktor yang membuat pembelian menjadi lebih menarik

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa puas jika Menemukan buku yang dicari atau menemukan judul yang menarik

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Rasa keterbukaan atau fleksibilitas untuk menerima ide-ide baru atau pandangan yang berbeda yang mungkin diungkapkan dalam buku tersebut Memicu refleksi pribadi atau membuka pikiran pembaca terhadap sudut pandang baru.

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya cukup puas

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku sangat penting bagi saya. Jika buku terlihat rapi dan menarik, saya lebih tertarik untuk membelinya

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya fleksibel sesuai dengan prioritas dan anggaran

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Suasana di pasar buku bekas sering kali lebih santai dan tidak terburu-buru daripada toko buku besar.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Pasar buku bekas sering menjadi tempat berkumpulnya penggemar buku dan kolektor. Saya bisa bertemu dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan berbagi pengetahuan, rekomendasi, dan cerita tentang buku-buku yang mereka sukai.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual dapat membuat pembeli merasa terhubung dengan toko atau pasar tertentu

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Mendapatkan lebih banyak produk atau manfaat dengan harga yang sama atau lebih rendah, pembeli merasa bahwa mereka telah berbelanja secara cerdas dan efisien

INFORMAN 14**NAMA : RIEKE DEWI****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?**

Jawaban : Sering membeli buku untuk rujukan dan penelitian. Buku-buku akademis, jurnal, atau panduan industri dapat digunakan sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Harga yang murah

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Sebagai informasi

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Tidak, saya tidak yakin membeli buku ini.

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya, jika ada diskon

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman sebelumnya berbelanja di pasar juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan seseorang terhadap kualitas buku.

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi keinginan Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Suasana lingkungan yang bersih, teratur, dan menarik secara visual, pembeli merasa lebih nyaman dan senang berbelanja di sana.

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Saya terbiasa menggunakan tunai dalam kehidupan sehari-hari dan lebih memilih untuk melanjutkan kebiasaan tersebut saat berbelanja di pasar.

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kondisi buku dimana saya merasa lebih nyaman untuk membayar harga yang lebih rendah untuk memperhitungkan kondisi buku tersebut.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Pengaruh dari penulis favorit bisa sangat kuat, karena pembaca telah terbiasa dengan gaya penulisan, tema, atau kualitas karya dari penulis tersebut.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Bagi saya harga mungkin bukan faktor utama. Mereka mungkin lebih memperhatikan kualitas, topik, atau reputasi penulis daripada harga buku.

13. Bagaimana perasaan Anda dalam proses pencarian buku?

Jawaban : Saya merasa senang menikmati waktu untuk menjelajahi berbagai pilihan, membaca sinopsis, dan merenungkan pilihan yang tersedia.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Ya saya merasa puas karena responsif dan peduli terhadap kebutuhan pembeli

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Saya merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis karena suasana lingkungan yang bersih, teratur, dan menarik membuat saya merasa nyaman berbelanja di sana

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Buku yang terlihat terawat dengan baik dan profesional cenderung dianggap memiliki konten yang lebih berkualitas oleh pembeli.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih fleksibel dalam menghabiskan lebih banyak uang untuk buku jika tidak ada alternatif yang sama-sama memuaskan dengan harga yang lebih rendah, seperti buku bekas atau edisi digital.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar buku bekas berlokasi di bangunan yang memiliki sejarah atau karakteristik arsitektur klasik. Hal ini menciptakan nuansa vintage dan tradisional yang berbeda dari pengaturan toko modern.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penjagaan keamanan yang baik, pencahayaan yang cukup di area parkir, dan sistem pembayaran yang aman dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap tempat tersebut.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan yang lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual dapat membuat pembeli merasa terhubung dengan toko atau pasar tertentu

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon dan penawaran tambahan juga dapat memberikan daya tarik tambahan bagi pembeli untuk mengunjungi pasar secara teratur. Penawaran spesial dapat menjadi faktor yang membedakan pasar tersebut dari pesaingnya.

INFORMAN 15**NAMA : SITI AISYAH****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Saya membeli buku sebagai pengembangan diri, dan self-help populer karena mereka memberikan wawasan, saran, dan strategi**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Sebagai motivasi saya**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Informasi mengenai pengembangan diri**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya cukup**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya, jika bukunya langka**6. Apakah Anda akan membeli buku dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Membaca ulasan atau mendengar rekomendasi dari orang lain tentang buku yang mereka beli di pasar**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman berbelanja yang lancar, tanpa masalah atau hambatan, juga dapat memberikan kesan positif terhadap pasar.**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Memiliki preferensi pribadi untuk menggunakan tunai karena merasa lebih nyaman dengan bentuk pembayaran**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Kemampuan untuk menawar harga atau memperoleh buku dengan harga yang lebih rendah dengan melakukan negoisasi harga**11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?**

Jawaban : Ulasan positif dari pembaca atau kritikus dapat memberikan dorongan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Promosi, diskon, atau penawaran khusus bisa menjadi faktor yang membuat pembelian menjadi lebih menarik

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Proses mencari buku juga bisa memicu rasa keingintahuan yang kuat tentang topik atau genre tertentu

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Perasaan keterkesan atau kagum terhadap kekayaan informasi, pengetahuan, atau ide yang disajikan dalam buku.

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya puas dengan Pegawai yang memiliki pengetahuan yang baik tentang produk

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya lebih memilih desain sampul yang sederhana dan elegan, sementara yang lain mungkin lebih tertarik pada desain yang mencolok dan berani

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih cenderung untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk membeli buku berkualitas.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Di pasar buku bekas, Saya sering akan merasakan aroma khas dari buku-buku lama yang mengisi udara. Aroma ini sering kali menjadi bagian dari pengalaman berbelanja yang menarik dan nostalgik.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Kenyamanan dengan pencahayaan yang baik, penataan barang yang terorganisir, dan musik latar yang menyenangkan dapat meningkatkan kenyamanan pembeli

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan yang lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Pengalaman positif dengan penjual dapat memperkuat citra merek atau reputasi toko di mata pembeli. Ini bisa menjadi aset berharga dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Penawaran khusus dan diskon juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Pembeli merasa bahwa mereka diperlakukan dengan istimewa dan diberi kesempatan untuk menghemat uang, mereka cenderung kembali ke pasar tersebut di masa depan untuk mendapatkan penawaran yang sama.

INFORMAN 16**NAMA : AMANDA PUSPITARANI****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?**

Jawaban : Saya membeli buku untuk belajar tentang topik baru, memperdalam pemahaman mereka tentang subjek tertentu, atau meningkatkan keterampilan mereka dalam bidang tertentu

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Sebagai referensi baru

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Informasi mengenai wawasan baru

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya karena Isi buku dan kredibilitas informasi yang disajikan cukup baik

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Sangat yakin

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih praktis. Saya tidak perlu membawa kartu debit atau kredit, dan saya tidak perlu khawatir saldo saya tidak cukup

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Menggunakan tunai mungkin terasa lebih nyaman dan aman daripada menggunakan kartu kredit atau pembayaran digital.

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kebutuhan atau preferensi spesifik terkait dengan buku yang mereka cari, mereka mungkin lebih cenderung untuk membeli di tempat yang menawarkan ketersediaan buku yang sesuai dengan kebutuhan atau preferensi mereka, bahkan jika itu berarti membayar harga yang sedikit lebih tinggi.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, baik itu dari segi isi maupun produksi, merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian. Buku yang ditulis dengan baik, informatif, dan menarik secara konten akan lebih mungkin menarik minat pembeli

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Promosi, diskon, atau penawaran khusus bisa menjadi faktor yang membuat pembelian menjadi lebih menarik

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa tertarik dan penasaran dengan berbagai macam topik, genre, atau penulis.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Rasa keterbukaan atau fleksibilitas untuk menerima ide-ide baru atau pandangan yang berbeda yang mungkin diungkapkan dalam buku tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya saya merasa puas karena pegawai memberikan informasi yang akurat dan membantu saya untuk membuat keputusan yang tepat.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Desain sampul yang menarik, estetika yang menarik, dan penggunaan warna yang cerdas dapat membuat buku lebih menonjol di antara buku lain di rak dan meningkatkan pembeli

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih fleksibel dalam menghabiskan lebih banyak uang untuk buku jika tidak ada alternatif yang sama-sama memuaskan dengan harga yang lebih rendah, seperti buku bekas atau edisi digital

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pembeli dapat menjelajahi berbagai judul buku tanpa tekanan waktu, sehingga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Pasar Buku Wilis sangat penting bagi saya. Saya suka dengan suasananya yang ramai dan semarak. Membuat saya merasa nyaman dan betah untuk berlama-lama di sini

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan yang lain muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual dapat membuat pembeli merasa terhubung dengan toko atau pasar tertentu

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon dan penawaran tambahan seringkali dapat menjadi dorongan bagi pembeli untuk melakukan pembelian

INFORMAN 17**NAMA : RIFAT NERDAYANSYAH****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Saya membeli buku sebagai bagian dari hobi mereka untuk mengumpulkan buku-buku langka, buku dengan sampul khusus, atau edisi terbatas dari karya-karya terkenal**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Harganya yang murah**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Mengenai hobi**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya, cukup**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya, karena Buku yang didukung oleh riset yang kuat, sumber yang kredibel, dan argumen yang berbasis fakta**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Cukup, yakin**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman berbelanja yang lancar, tanpa masalah atau hambatan, juga dapat memberikan kesan positif terhadap pasar**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih aman. Saya tidak perlu khawatir informasi kartu saya bocor**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Kemampuan untuk menawar harga mungkin menjadi lebih penting jika buku tersebut adalah buku bekas atau memiliki kondisi yang tidak sempurna.**11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?**

Jawaban : Ulasan positif dari pembaca atau kritikus dapat memberikan dorongan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Promosi, diskon, atau penawaran khusus bisa menjadi faktor yang membuat pembelian menjadi lebih menarik

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa gembira saat menemukan buku yang menarik bagi saya

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Kepuasan saat menyerap pengetahuan baru dan memperluas pemahaman tentang suatu topik

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya puas karena Menyediakan komunikasi yang jelas dan terbuka dengan pembeli, baik itu tentang informasi produk, kebijakan pengembalian, atau layanan pelanggan, akan membantu membangun kepercayaan dan meminimalkan ketidakpastian.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Buku yang terlihat terawat dengan baik dan profesional cenderung dianggap memiliki konten yang lebih berkualitas oleh pembeli

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih fleksibel dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan minat

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Suasana di pasar buku bekas sering kali lebih santai dan tidak terburu-buru daripada toko buku besar.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Pasar Buku Wilis cukup penting bagi saya. Saya suka dengan suasananya yang tradisional dan khas. Membuat saya merasa seperti sedang berada di kota Malang tempo dulu

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis membuat saya merasa betah dan senang berbelanja di sini. Saya jadi lebih tertarik untuk melihat-lihat buku-buku yang dijual, dan akhirnya memutuskan untuk membeli lebih banyak buku

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon dan penawaran tambahan memberikan kesempatan untuk menghemat uang bagi pembeli

INFORMAN 18

NAMA : NUR AFNI MAULIDIA

PROFESI : MAHASISWA

1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?

Jawaban : Saya biasanya melihat judul dan sampul bukunya dulu. Kalau judulnya menarik dan sampulnya bagus, saya akan baca sinopsisnya. Kalau sinopsisnya juga menarik, saya akan beli bukunya.

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Saya membeli buku ini karena saya tertarik dengan temanya, yaitu tentang sejarah Indonesia. Saya memang suka membaca buku sejarah.

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Pengetahuan baru

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya, cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya, karena Buku yang didukung oleh riset yang kuat, sumber yang kredibel, dan argumen yang berbasis fakta

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Cukup yakin

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman berbelanja di pasar yang memiliki suasana yang menyenangkan dan ramah juga dapat meningkatkan sikap positif

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih cepat. Saya tidak perlu menunggu antrian untuk membayar

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kebutuhan atau preferensi spesifik terkait dengan buku yang mereka cari, mereka mungkin lebih cenderung untuk membeli di tempat yang menawarkan ketersediaan buku yang sesuai dengan kebutuhan atau preferensi mereka, bahkan jika itu berarti membayar harga yang sedikit lebih tinggi.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Pengaruh dari penulis favorit bisa sangat kuat, karena pembaca telah terbiasa dengan gaya penulisan, tema, atau kualitas karya dari penulis tersebut.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Promosi, diskon, atau penawaran khusus bisa menjadi faktor yang membuat pembelian menjadi lebih menarik

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasakan antusiasme saat mencari buku baru, terutama jika saya memiliki minat yang kuat dalam topik tertentu atau jika mereka menikmati pengalaman menelusuri rak-rak buku untuk menemukan judul yang menarik

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Saya Merasa puas ketika menemukan informasi yang relevan

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas dengan adanya kebijakan dan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Seperti kebijakan pengembalian, privasi pelanggan, dan perlindungan konsumen.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Sampul buku yang menarik atau desain yang menarik dapat menarik perhatian dan membuat pembeli tertarik untuk lebih memperhatikan buku tersebut.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya sangat fleksibel karena saya sangat menghargai kualitas buku, baik dari segi isi maupun produksi, mereka mungkin lebih bersedia untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk buku yang dianggap memiliki kualitas yang lebih tinggi.

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar buku bekas biasanya penuh dengan tumpukan buku di setiap sudutnya. Saya menemukan rak-rak, meja, dan kardus yang dipenuhi dengan buku-buku yang menunggu untuk ditemukan.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Pasar Buku Wilis tidak begitu penting bagi saya. Saya lebih fokus pada kualitas buku dan harga yang ditawarkan

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis membuat saya merasa betah dan senang berbelanja di sini. Saya jadi lebih tertarik untuk melihat-lihat buku-buku yang dijual, dan akhirnya memutuskan untuk membeli lebih banyak buku

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Mendapatkan lebih banyak produk atau manfaat dengan harga yang sama atau lebih rendah, pembeli merasa bahwa mereka telah berbelanja secara cerdas dan efisien

INFORMAN 19

NAMA : AULIA MAKHZUN

PROFESI : MAHASISWA

1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?

Jawaban : Buku-buku seperti novel, buku mewarnai, atau buku panduan seni dan kerajinan sering dibeli untuk membantu dalam relaksasi dan pengembangan keterampilan kreatif

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Harga yang terjangkau

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Cerita yang menarik

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya, cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya, yakin karena penulis buku memiliki reputasi yang baik dan dihormati dalam bidangnya ulasan positif dari kritikus atau pembaca lain

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Cukup yakin

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman berbelanja di pasar yang memiliki suasana yang menyenangkan dan ramah juga dapat meningkatkan sikap positif

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih mudah. Saya tidak perlu memahami cara menggunakan kartu pembayaran

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kemampuan untuk menawar harga atau memperoleh buku dengan harga yang lebih rendah dengan melakukan negoisasi harga

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, baik itu dari segi isi maupun produksi, merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian. Buku yang ditulis dengan baik, informatif, dan menarik secara konten akan lebih mungkin menarik minat pembeli

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Membandingkan harga buku dengan nilai yang mereka terima dari pembelian tersebut

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Terkadang saya merasa frustrasi atau kebingungan jika kesulitan menemukan buku yang sesuai dengan preferensi saya

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Informasi yang menarik bisa memicu minat yang lebih dalam dan membuat pembaca ingin terus mengeksplorasi topik tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Saya merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis karena staf yang ramah dan suasana pasar yang menyenangkan membuat pengalaman berbelanja menjadi positif

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku adalah faktor pertama yang diperhatikan oleh pembeli saat mereka melihat rak-rak buku di pasar

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya cukup fleksibel jika penulis atau penerbit memiliki reputasi yang kuat atau dihormati dalam industri, pembeli mungkin lebih cenderung untuk membayar lebih banyak untuk buku-buku mereka karena mereka percaya bahwa mereka akan mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari investasi tersebut

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar buku bekas berlokasi di bangunan yang memiliki sejarah atau karakteristik arsitektur klasik. Hal ini menciptakan nuansa vintage dan tradisional yang berbeda dari pengaturan toko modern

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Pasar Buku Wilis sangat penting bagi saya. Saya suka dengan suasananya yang nyaman dan tenang. Membuat saya merasa rileks dan fokus untuk memilih buku

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Penjual yang ramah dan bersahabat dapat membuat pembeli merasa disambut dan dihargai

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon harga, penawaran beli satu dapat satu gratis, atau penawaran khusus lainnya yang membuat pembeli merasa bahwa mereka mendapatkan produk dengan harga yang lebih murah

INFORMAN 20**NAMA : AHMAD MAULANA****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?**

Jawaban : Saya membeli buku untuk hiburan dan untuk menikmati cerita, plot, atau karakter yang menarik. Membaca buku seringkali menjadi cara yang menyenangkan untuk melepaskan diri dari keseharian dan memasuki dunia imajinatif.

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Harga yang murah

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Cerita yang menarik

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya karena Penerbit yang dikenal karena menerbitkan karya-karya berkualitas dan beragam berkaitan dengan topik atau subjek yang sesuai

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Agak yakin

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman menemukan penawaran yang baik atau harga yang lebih rendah

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Saya lebih suka menggunakan tunai karena lebih dekat. Saya tidak perlu mencari mesin EDC

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kemampuan untuk menawar harga atau memperoleh buku dengan harga yang lebih rendah dengan melakukan negoisasi harga

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ulasan positif dari pembaca atau kritikus dapat memberikan dorongan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Pasar Buku Wilis cukup penting bagi saya. Saya suka dengan suasananya yang bersih dan rapi. Membuat saya merasa nyaman dan aman untuk berbelanja

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa puas jika berhasil menemukan buku yang sesuai dengan keinginan saya

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Memunculkan rasa bangga dan prestasi atas pencapaian pembelajaran yang baru

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa sangat puas dengan Proses pembayaran di kasir berjalan lancar dan efisien, dengan staf toko yang ramah dan terampil dalam menangani transaksi.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Saya sering menilai kualitas cetakan buku berdasarkan tampilan fisiknya.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih fleksibel dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan minat

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar buku bekas sering menjadi tempat berkumpulnya penggemar buku yang sama-sama menyukai buku-buku klasik atau langka. Ini memberikan kesempatan untuk berbagi minat, rekomendasi, dan cerita tentang buku dengan orang lain yang memiliki minat yang sama.

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Kenyamanan dengan pencahayaan yang baik, penataan barang yang terorganisir, dan musik latar yang menyenangkan dapat meningkatkan kenyamanan pembeli

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis membuat saya merasa betah dan senang berbelanja di sini. Saya jadi lebih tertarik untuk melihat-lihat buku-buku yang dijual, dan akhirnya memutuskan untuk membeli lebih banyak buku

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon dan penawaran tambahan itu penting banget, apalagi untuk mahasiswa kayak saya. Dengan diskon, saya bisa beli buku lebih banyak dengan uang yang sama.

INFORMAN 21**NAMA : ADAM CHESAR GUNAWAN****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Saya membeli buku untuk belajar tentang topik baru, memperdalam pemahaman mereka tentang subjek tertentu, atau meningkatkan keterampilan mereka dalam bidang tertentu**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Saya membeli buku ini karena saya tertarik dengan temanya, yaitu tentang sejarah Indonesia. Saya memang suka membaca buku sejarah.**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Wawasan baru**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya cukup**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya karena Penerbit yang dikenal karena menerbitkan karya-karya berkualitas dan beragam**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pasar sering menawarkan buku-buku dari penerbit terkenal atau penulis terkemuka, pembeli mungkin lebih yakin bahwa mereka akan mendapatkan buku berkualitas**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman menemukan beragam buku berkualitas dan berbagai pilihan di pasar dapat meningkatkan kepuasan pembeli**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Penggunaan tunai memberikan kontrol yang lebih besar atas pengeluaran saya dan menghindari potensi masalah terkait dengan pembayaran kartu kredit atau digital**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?**

Jawaban : Kemampuan untuk menawar harga atau memperoleh buku dengan harga yang lebih rendah dengan melakukan negoisasi harga

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku adalah yang terpenting. Saya selalu membaca ulasan buku sebelum membelinya. Jika ulasan positif, saya akan lebih yakin untuk membelinya

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Faktor harga merupakan pertimbangan utama karena terkait dengan anggaran pribadi

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Senang sekali, karena bisa menemukan buku-buku yang saya cari dengan harga yang terjangkau

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Senang dan puas karena informasi yang saya cari sesuai dengan apa yang saya butuhkan

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Sampul buku yang menarik atau desain yang menarik dapat menarik perhatian dan membuat pembeli tertarik untuk lebih memperhatikan buku tersebut.

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya cukup fleksibel jika Jika penulis atau penerbit memiliki reputasi yang kuat atau dihormati dalam industri, pembeli mungkin lebih cenderung untuk membayar lebih banyak untuk buku-buku mereka karena mereka percaya bahwa mereka akan mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari investasi tersebut

18. Bagaimana suasana pasar tradisonal di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Berbelanja di pasar buku bekas bisa menjadi pengalaman pencarian harta karun

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penting karena memberikan kesan keamanan dan kepercayaan kepada pembeli dapat membuat mereka merasa lebih nyaman dalam berbelanja.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Keramahan penjual dapat menciptakan lingkungan di mana pembeli merasa nyaman untuk bertanya tentang produk atau bahkan untuk berdiskusi tentang minat atau preferensi

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Mendapatkan lebih banyak produk atau manfaat dengan harga yang sama atau lebih rendah, pembeli merasa bahwa mereka telah berbelanja secara cerdas dan efisien

INFORMAN 22**NAMA : M. HILMI USAMAH DZULFIQRI QOMARUDIN****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Buku-buku seperti novel, buku mewarnai, atau buku panduan seni dan kerajinan sering dibeli untuk membantu dalam relaksasi dan pengembangan keterampilan kreatif**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Untuk kebutuhan kuliah**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Mencari buku tentang keterampilan kreatif**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya, cukup**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya, karena Kualitas fisik buku, termasuk desain sampul, tata letak, dan kualitas kertas yang baik**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Saya dapat melihat langsung kondisi fisik buku, seperti kebersihan, kerapian, dan kualitas cetakan, mereka mungkin lebih yakin terhadap kualitas buku yang ditawarkan**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman berbelanja di pasar yang memiliki suasana yang menyenangkan dan ramah juga dapat meningkatkan sikap positif**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Saya merasa tidak nyaman atau tidak familier dengan proses pembayaran digital dan lebih memilih untuk menggunakan tunai**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Kemampuan untuk menawar harga atau memperoleh buku dengan harga yang lebih rendah dengan melakukan negoisasi harga

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Pengaruh penulis favorit juga penting. Saya sering membeli buku dari penulis favorit saya, meskipun belum pernah membaca bukunya

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Harga adalah faktor yang sangat penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya hanya akan membeli buku yang harganya sesuai dengan kantong saya

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Terkadang bingung, karena banyak sekali pilihan buku yang tersedia

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Antusias dan ingin segera menerapkan informasi tersebut dalam kehidupan saya

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya puas karena memiliki pelayanan yang cepat dan efisien

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku secara umum dapat memengaruhi persepsi pembeli tentang kualitas konten

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya cukup fleksibel jika penulis atau penerbit memiliki reputasi yang kuat atau dihormati dalam industri, pembeli mungkin lebih cenderung untuk membayar lebih banyak untuk buku-buku mereka karena mereka percaya bahwa mereka akan mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari investasi tersebut

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Suasana pasar buku bekas seringkali lebih santai dan hangat, membuat pembeli merasa lebih nyaman untuk menjelajahi rak-rak buku tanpa tekanan waktu

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penting karena yang dirancang untuk memudahkan aksesibilitas bagi pembeli, seperti akses yang ramah disabilitas, parkir yang nyaman, atau rute yang jelas di dalam toko, dapat meningkatkan kepuasan dan memengaruhi pilihan berbelanja

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan lain yang muncul ?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Meningkatkan kesan positif dan membuat pembeli merasa dihargai sebagai pelanggan

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon harga, penawaran beli satu dapat satu gratis, atau penawaran khusus lainnya yang membuat pembeli merasa bahwa mereka mendapatkan produk dengan harga yang lebih murah

INFORMAN 23

NAMA : M. NU'MAN ASHFAHANY

PROFESI : MAHASISWA

1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?

Jawaban : Saya membeli buku untuk belajar tentang topik baru, memperdalam pemahaman mereka tentang subjek tertentu, atau meningkatkan keterampilan mereka dalam bidang tertentu

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Harga murah

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Mencari topik yang relevan

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya, cukup yakin

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Ketersediaan kebijakan pengembalian atau pertukaran barang di pasar juga dapat memberikan rasa percaya diri tambahan kepada pembeli

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman menemukan beragam buku berkualitas dan berbagai pilihan di pasar dapat meningkatkan kepuasan pembeli

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Pembayaran tunai tidak melibatkan risiko keamanan yang terkait dengan pencurian identitas atau penipuan kartu

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Ketersediaan buku yang luas dapat meningkatkan peluang menemukan buku yang diinginkan atau diminati. Jika toko buku atau pasar menawarkan beragam pilihan buku, pembeli mungkin merasa lebih puas dengan pengalaman berbelanja

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku dan ulasan positif sama-sama penting. Namun, jika saya harus memilih, saya akan memilih kualitas buku

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Harga adalah faktor yang cukup penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya akan memilih buku dengan harga yang wajar, tetapi tidak terlalu mahal

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian?

Jawaban : Suka, karena bisa melihat-lihat berbagai macam buku yang menarik

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Tertarik dan ingin mengetahui lebih lanjut tentang topik tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya saya puas dengan pelayanan yang diberikan karena dapat menangani keluhan dengan cepat

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku secara umum dapat memengaruhi persepsi pembeli tentang kualitas konten

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya sangat fleksibel karena memiliki keadaan keuangan yang stabil dan cukup fleksibel mungkin lebih siap untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk buku daripada seseorang yang memiliki keterbatasan keuangan

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar buku bekas seringkali menawarkan beragam koleksi buku dari berbagai genre, zaman, dan penulis. Sehingga saya bisa menemukan buku-buku langka, edisi klasik, atau judul-judul lama yang sulit ditemukan di toko buku konvensional

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Kenyamanan dengan pencahayaan yang baik, penataan barang yang terorganisir, dan musik latar yang menyenangkan dapat meningkatkan kenyamanan pembeli

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di Pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Interaksi yang ramah dengan penjual juga bisa memberikan kesempatan untuk berbagi informasi atau cerita yang bermakna, baik tentang produk atau topik lain yang relevan

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Mendapatkan lebih banyak produk atau manfaat dengan harga yang sama atau lebih rendah, pembeli merasa bahwa mereka telah berbelanja secara cerdas dan efisien

INFORMAN 24**NAMA : AKBAR GUNAWAN SIREGAR****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?**

Jawaban : Saya membeli buku untuk belajar tentang topik baru, memperdalam pemahaman mereka tentang subjek tertentu, atau meningkatkan keterampilan mereka dalam bidang tertentu

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Karena murah

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Ilmu yang baru

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya, cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya, yakin

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Ya

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman sebelumnya berbelanja di pasar juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan seseorang terhadap kualitas buku

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Pengalaman berbelanja yang lancar, tanpa masalah atau hambatan, juga dapat memberikan kesan positif terhadap pasar

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Memiliki preferensi pribadi untuk menggunakan tunai karena merasa lebih nyaman dengan bentuk pembayaran

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat lengkap dan murah, jadi saya bisa menemukan buku yang saya cari dengan mudah dan harga yang terjangkau. Saya juga bisa menawar harga buku, jadi saya bisa mendapatkan harga yang lebih murah

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ulasan positif sangat penting. Saya tidak akan membeli buku tanpa membaca ulasan positif dari orang lain terlebih dahulu

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Harga adalah faktor yang tidak terlalu penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya lebih mengutamakan kualitas buku daripada harganya

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Tenang, karena bisa berdiskusi dengan penjual buku untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Semangat dan termotivasi untuk mencapai tujuan saya

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya saya merasa puas dengan kecepatan proses transaksinya

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Desain sampul yang menarik, estetika yang menarik, dan penggunaan warna yang cerdas dapat membuat buku lebih menonjol di antara buku lain di rak dan meningkatkan pembeli

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih cenderung untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk membeli buku berkualitas

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Suasana pasar buku bekas seringkali lebih santai dan hangat, membuat pembeli merasa lebih nyaman untuk menjelajahi rak-rak buku tanpa tekanan waktu

19. Menurut Anda, Seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penjagaan keamanan yang baik, pencahayaan yang cukup di area parkir, dan sistem pembayaran yang aman dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap tempat tersebut

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul ?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali belanja ?

Jawaban : Interaksi yang ramah dengan penjual juga bisa memberikan kesempatan untuk berbagi informasi atau cerita yang bermakna, baik tentang produk atau topik lain yang relevan

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Harga nya terjangkau dan sangat membantu mahasiswa untuk mencari buku yang dibutuhkannya jika sulit ditemukan.

INFORMAN 25**NAMA : DIMAS NOVAL ALFA****PROFESI : MAHASISWA****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Cari rekomendasi yang diberikan oleh toko buku online, situs web, atau teman-teman yang memiliki selera yang serupa**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : karena harganya terjangkau**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Ilmu yang baru**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya, cukup**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Ketersediaan kebijakan pengembalian atau pertukaran barang di pasar juga dapat memberikan rasa percaya diri tambahan kepada pembeli**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman berbelanja yang lancar, tanpa masalah atau hambatan, juga dapat memberikan kesan positif terhadap pasar**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Penggunaan tunai memberikan kontrol yang lebih besar atas pengeluaran saya dan menghindari potensi masalah terkait dengan pembayaran kartu kredit atau digital**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Ketersediaan buku di Pasar Wilis sangat beragam dan murah, jadi saya bisa menemukan buku dari berbagai genre dengan harga yang terjangkau. Saya juga bisa menawar harga buku, jadi saya bisa mendapatkan harga yang lebih murah

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit sama-sama penting. Namun, saya akan lebih mengutamakan kualitas buku dan ulasan positif jika saya tidak memiliki keterikatan dengan penulis favorit

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Harga adalah faktor yang tidak penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya akan membeli buku yang saya butuhkan, meskipun harganya mahal

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Semangat, karena bisa menambah koleksi buku

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Terkagum-kagum dan kagum dengan pengetahuan penulis

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas karena produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan layanan purnajual yang memadai.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Buku yang terlihat terawat dengan baik dan profesional cenderung dianggap memiliki konten yang lebih berkualitas oleh pembeli

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Saya lebih cenderung untuk menghabiskan lebih banyak uang untuk membeli buku berkualitas

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar Wilis sering kali memiliki nuansa yang hangat dan tradisional, dengan bangunan yang mungkin memiliki arsitektur khas dan interior yang menarik

19. Menurut Anda, Seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penting karena dirancang untuk memudahkan aksesibilitas bagi pembeli, seperti akses yang ramah disabilitas, parkir yang nyaman, atau rute yang jelas di dalam toko, dapat meningkatkan kepuasan dan memengaruhi pilihan berbelanja.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Keramahan penjual di Pasar Wilis membuat saya merasa betah dan senang berbelanja di sini. Saya jadi lebih tertarik untuk melihat-lihat buku-buku yang dijual, dan akhirnya memutuskan untuk membeli lebih banyak buku

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon dan penawaran tambahan itu penting banget, apalagi untuk mahasiswa kayak saya. Dengan diskon, saya bisa beli buku lebih banyak dengan uang yang sama.

INFORMAN 26**NAMA : FARIDA****PROFESI : KALANGAN UMUM****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?**

Jawaban : Diskusi dengan teman, keluarga, atau anggota komunitas buku untuk mendapatkan rekomendasi atau pandangan mereka tentang buku-buku yang mungkin saya sukai.

2. Mengapa Anda membeli buku ini?

Jawaban : Sebagai informasi

3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?

Jawaban : Ilmu baru

4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?

Jawaban : Ya cukup

5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?

Jawaban : Ya

6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?

Jawaban : Tidak

7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?

Jawaban : Ketersediaan kebijakan pengembalian atau pertukaran barang di pasar juga dapat memberikan rasa percaya diri tambahan kepada pembeli

8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?

Jawaban : Suasana lingkungan yang bersih, teratur, dan menarik secara visual, pembeli merasa lebih nyaman dan senang berbelanja di sana

9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?

Jawaban : Saya terbiasa menggunakan tunai dalam kehidupan sehari-hari dan lebih memilih untuk melanjutkan kebiasaan tersebut saat berbelanja di pasar

10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Kemampuan untuk menawar harga mungkin menjadi lebih penting jika buku tersebut adalah buku bekas atau memiliki kondisi yang tidak sempurna

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Pengaruh dari penulis favorit bisa sangat kuat, karena pembaca telah terbiasa dengan gaya penulisan, tema, atau kualitas karya dari penulis tersebut.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Harga adalah faktor yang tidak penting dalam keputusan saya membeli buku. Saya akan membeli buku yang saya butuhkan, meskipun harganya mahal

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Sangat senang dan bersemangat untuk membaca buku tersebut

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Rasa ketertarikan atau penasaran terhadap topik yang dibahas dalam buku tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas dalam pelayanannya seperti penyusunan toko yang teratur, sistem pembayaran yang mudah

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku sangat penting untuk saya. Saya suka buku yang memiliki desain sampul yang menarik dan berkualitas

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas yang baik

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Suasana Pasar Wilis lebih ramai dan semarak. Saya merasa seperti sedang berada di pasar tradisional yang sesungguhnya. Hal ini membuat saya merasa lebih dekat dengan para pedagang dan buku-buku yang dijual

19. Seberapa penting atmosfer tersebut dalam menentukan pilihan berbelanja Anda?

Jawaban : penting karena untuk memudahkan aksesibilitas bagi pembeli, seperti akses yang ramah disabilitas, parkir yang nyaman, atau rute yang jelas di dalam toko, dapat meningkatkan kepuasan dan memengaruhi pilihan berbelanja

20. Apakah Anda merasa kesusahan ketika mencari buku?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Interaksi yang ramah dengan penjual juga bisa memberikan kesempatan untuk berbagi informasi atau cerita yang bermakna, baik tentang produk atau topik lain yang relevan

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Mendapatkan lebih banyak produk atau manfaat dengan harga yang sama atau lebih rendah, pembeli merasa bahwa mereka telah berbelanja secara cerdas dan efisien

INFORMAN 27**NAMA : NURUL ISYAROH****PROFESI : KALANGAN UMUM****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Kualitas tulisan dan narasi bisa menjadi faktor penting dalam pengalaman membaca saya**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Harganya yang murah**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Wawasan pengetahuan**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman sebelumnya berbelanja di pasar juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan seseorang terhadap kualitas buku.**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Membaca tentang pengalaman positif orang lain, mereka cenderung memiliki ekspektasi yang lebih baik dan lebih siap untuk mengalami pengalaman yang sama**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Penggunaan tunai memberikan kontrol yang lebih besar atas pengeluaran saya dan menghindari potensi masalah terkait dengan pembayaran kartu kredit atau digital**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Kemampuan untuk menawar harga mungkin menjadi lebih penting jika buku tersebut adalah buku bekas atau memiliki kondisi yang tidak sempurna

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ulasan positif dari pembaca atau kritikus dapat memberikan dorongan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Membandingkan harga buku dengan nilai yang mereka terima dari pembelian tersebut

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasa puas jika menemukan buku yang dicari atau menemukan judul yang menarik

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Rasa keterbukaan atau fleksibilitas untuk menerima ide-ide baru atau pandangan yang berbeda yang mungkin diungkapkan dalam buku tersebut. Memicu refleksi pribadi atau membuka pikiran pembaca terhadap sudut pandang baru.

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas karena memiliki kebijakan pengembalian, privasi pelanggan, dan perlindungan konsumen.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku cukup penting untuk saya. Saya suka buku yang memiliki ukuran dan berat yang nyaman untuk dibawa

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan penulis favorit

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Saya suka melihat-lihat buku-buku yang dipajang di Pasar Wilis. Buku-bukunya lebih beragam dan harganya lebih murah dibandingkan dengan toko buku modern. Selain itu, saya juga bisa menemukan buku-buku langka yang tidak dijual di toko buku modern

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penting, karena memberikan kesan keamanan dan kepercayaan kepada pembeli dapat membuat mereka merasa lebih nyaman dalam berbelanja

20. Bagaimana perasaan Anda seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Interaksi yang ramah dengan penjual juga bisa memberikan kesempatan untuk berbagi informasi atau cerita yang bermakna, baik tentang produk atau topik lain yang relevan

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Mendapatkan lebih banyak produk atau manfaat dengan harga yang sama atau lebih rendah, pembeli merasa bahwa mereka telah berbelanja secara cerdas dan efisien

INFORMAN 28**NAMA : SISKA AULIA****PROFESI : KALANGAN UMUM****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban :** Saya suka mengoleksi komik sehingga saya berburu komik dari doraemon, kobochan, crayon shinchan.**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban :** Saya suka membaca komik sebagai sumber hiburan yang menyenangkan membantu meredakan stres**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban :** Cerita yang menarik**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban :** Ya cukup**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban :** Ya yakin karena Sinopsis buku dan deskripsi yang jelas dan informatif dapat membantu pembeli untuk memahami apa yang dapat mereka harapkan dari buku tersebut, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap kualitas dan relevansi isi buku**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban :** Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban :** Cukup yakin karena pasar wilis dikenal karena menyediakan buku-buku berkualitas tinggi, pembeli cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas buku yang ditawarkan di sana**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban :** Pengalaman menemukan penawaran yang baik atau harga yang lebih rendah**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban :** Memilih tunai karena mereka tidak memiliki akses atau pengalaman yang cukup dengan teknologi pembayaran digital atau kartu kredit**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?**

Jawaban : Kemampuan untuk menawar harga mungkin menjadi lebih penting jika buku tersebut adalah buku bekas atau memiliki kondisi yang tidak sempurna.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Kualitas buku, baik itu dari segi isi maupun produksi, merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian. Buku yang ditulis dengan baik, informatif, dan menarik secara konten akan lebih mungkin menarik minat pembeli

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Bagi pembaca yang sangat memprioritaskan membaca dan menilai buku sebagai investasi dalam pengetahuan dan hiburan, harga mungkin bukanlah faktor yang sangat krusial.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya sangat antusias untuk membaca jika menemukan buku yang menarik bagi saya, saya mungkin merasa semakin bersemangat untuk mulai membacanya.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Rasa ketertarikan atau penasaran terhadap topik yang dibahas dalam buku tersebut

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya sangat puas karena Staf toko selalu siap membantu pembeli dengan pertanyaan, permintaan, atau masalah yang muncul selama proses berbelanja.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku tidak terlalu penting untuk saya. Saya lebih fokus pada isi buku daripada penampilannya

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku yang sesuai dengan minatnya

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Saya suka berinteraksi dengan para pedagang di Pasar Wilis. Mereka selalu ramah dan bersedia menjawab pertanyaan saya. Saya juga bisa mendapatkan rekomendasi buku dari mereka

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Kenyamanan dengan pencahayaan yang baik, penataan barang yang terorganisir, dan musik latar yang menyenangkan dapat meningkatkan kenyamanan pembeli.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah Anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesulitan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Karena nyaman dan keramahan penjual dapat membuat pembeli merasa terhubung dengan toko atau pasar tertentu

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon dan penawaran tambahan seringkali dapat menjadi dorongan bagi pembeli untuk melakukan pembelian

INFORMAN 29**NAMA : MUTHI****PROFESI : KALANGAN UMUM****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Cari rekomendasi yang diberikan oleh toko buku online, situs web, atau teman-teman yang memiliki selera yang serupa.**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : digunakan sebagai referensi atau rujukan untuk topik tertentu. Misalnya, seseorang mungkin membeli buku tentang memasak untuk digunakan sebagai panduan dalam memasak di rumah**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Resep baru**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya cukup**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya saya yakin karena si buku dan kredibilitas informasi yang disajikan cukup baik**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pasar sering menawarkan buku-buku dari penerbit terkenal atau penulis terkemuka, pembeli mungkin lebih yakin bahwa mereka akan mendapatkan buku berkualitas**8. Bagaimana pengalaman positif memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis ?****Jawaban** : Pengalaman berbelanja di pasar yang memiliki suasana yang menyenangkan dan ramah juga dapat meningkatkan sikap positif**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Memiliki preferensi pribadi untuk menggunakan tunai karena merasa lebih nyaman dengan bentuk pembayaran**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Kemampuan untuk menawar harga mungkin menjadi lebih penting jika buku tersebut adalah buku bekas atau memiliki kondisi yang tidak sempurna.

11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?

Jawaban : Ulasan positif dari pembaca atau kritikus dapat memberikan dorongan besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Promosi, diskon, atau penawaran khusus bisa menjadi faktor yang membuat pembelian menjadi lebih menarik

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya merasakan antusiasme saat mencari buku baru, terutama jika saya memiliki minat yang kuat dalam topik tertentu atau jika mereka menikmati pengalaman menelusuri rak-rak buku untuk menemukan judul yang menarik.

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Kepuasan saat menyerap pengetahuan baru dan memperluas pemahaman tentang suatu topik

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya merasa puas karena Staf toko memberikan saran dan rekomendasi lanjutan kepada pembeli tentang produk tambahan yang mungkin sesuai dengan kebutuhan atau minat saya.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku cukup penting untuk saya. Saya suka buku yang memiliki harga yang terjangkau

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku yang dibutuhkan untuk keperluan akademik

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Saya suka suasana pasar tradisional yang unik. Pasar Wilis memiliki sejarah yang panjang dan budaya yang beragam. Hal ini membuat saya merasa lebih menghargai buku-buku yang dijual

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : tentu penting, memberikan kesan keamanan dan kepercayaan kepada pembeli dapat membuat mereka merasa lebih nyaman dalam berbelanja.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis memengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Nyaman dan keramahan penjual dapat membuat pembeli merasa terhubung dengan toko atau pasar tertentu

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Diskon dan penawaran tambahan seringkali dapat menjadi dorongan bagi pembeli untuk melakukan pembelian

INFORMAN 30**NAMA : ALFAN SUJEFRI****PROFESI : KALANGAN UMUM****1. Bagaimana cara Anda memilah buku mana yang cocok dengan Anda?****Jawaban** : Eksplorasi berbagai sumber dengan Jelajahi berbagai sumber untuk mencari buku yang cocok dengan saya**2. Mengapa Anda membeli buku ini?****Jawaban** : Saya membeli buku merupakan hobi yang menyenangkan**3. Apakah informasi yang Anda butuhkan?****Jawaban** : Mengenai wawasan baru**4. Apakah buku ini memiliki informasi yang cukup untuk Anda?****Jawaban** : Ya, cukup**5. Apakah Anda yakin membeli buku ini?****Jawaban** : Ya, cukup**6. Apakah Anda akan membeli buku ini dengan harga tersebut?****Jawaban** : Ya**7. Seberapa yakin Anda terhadap kualitas buku yang ditawarkan di Pasar Wilis?****Jawaban** : Ketersediaan kebijakan pengembalian atau pertukaran barang di pasar juga dapat memberikan rasa percaya diri tambahan kepada pembeli**8. Bagaimana pengalaman positif sebelumnya memengaruhi sikap Anda saat berbelanja di Pasar Wilis?****Jawaban** : Pengalaman berbelanja yang lancar, tanpa masalah atau hambatan, juga dapat memberikan kesan positif terhadap pasar.**9. Bagaimana keputusan untuk menggunakan tunai saat berbelanja di Pasar Wilis dipengaruhi oleh sikap Anda terhadap kenyamanan menggunakan pembayaran tunai?****Jawaban** : Tidak memiliki kartu kredit atau merasa tidak nyaman dengan proses pembayaran digital, sehingga lebih memilih untuk menggunakan tunai.**10. Bagaimana ketersediaan buku dan kemampuan untuk menawar harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?****Jawaban** : Kemampuan untuk menawar harga atau memperoleh buku dengan harga yang lebih rendah dengan melakukan negosiasi harga**11. Bagaimana kualitas buku, ulasan positif, dan pengaruh penulis favorit mempengaruhi keputusan pembelian Anda?**

Jawaban : Kualitas buku, baik itu dari segi isi maupun produksi, merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian. Buku yang ditulis dengan baik, informatif, dan menarik secara konten akan lebih mungkin menarik minat pembeli

12. Seberapa penting faktor harga dalam keputusan Anda memilih dan membeli buku?

Jawaban : Bagi pembaca yang sangat memprioritaskan membaca dan menilai buku sebagai investasi dalam pengetahuan dan hiburan, harga mungkin bukanlah faktor yang sangat krusial.

13. Apa yang Anda rasakan dalam proses pembelian buku?

Jawaban : Saya sangat gembira jika menemukan buku yang menarik minat saya

14. Bagaimana perasaan Anda ketika memperoleh informasi dari buku tersebut?

Jawaban : Perasaan keseruan atau antusiasme saat menemukan informasi yang menarik atau mengejutkan dalam buku tersebut.

15. Apakah Anda merasa puas dengan layanan di Pasar Buku Wilis?

Jawaban : Ya, saya puas karena disambut dengan senyuman dan sapaan hangat oleh staf toko yang siap membantu.

16. Sejauh mana penilaian terhadap penampilan buku berkontribusi pada keputusan pembelian Anda di Pasar Wilis?

Jawaban : Penampilan buku sangat penting untuk saya. Saya suka buku yang memiliki sampul yang menggambarkan isi bukunya

17. Seberapa fleksibel Anda dalam mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku dengan kualitas atau penulis tertentu?

Jawaban : Bersedia mengeluarkan uang lebih banyak untuk buku yang ingin dijadikan koleksi

18. Bagaimana suasana pasar tradisional di Pasar Wilis memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dan lebih personal?

Jawaban : Pasar Wilis adalah tempat yang tepat untuk mencari buku-buku bekas. Saya suka membaca buku bekas karena harganya lebih murah dan memiliki nilai historis yang tinggi

19. Menurut Anda, seberapa penting suasana tempat belanja dalam menentukan pilihan Anda?

Jawaban : Penting, karena ini memudahkan aksesibilitas bagi pembeli, seperti akses yang ramah disabilitas, parkir yang nyaman, atau rute yang jelas di dalam toko, dapat meningkatkan kepuasan dan memengaruhi pilihan berbelanja.

20. Bagaimana perasaan Anda saat mencari buku di pasar. Apakah anda merasa kesulitan, puas, atau ada perasaan lain yang muncul?

Jawaban : Ya, terkadang kesusahan.

21. Bagaimana suasana yang nyaman dan keramahan penjual di Pasar Wilis mempengaruhi keinginan Anda untuk kembali berbelanja?

Jawaban : Meningkatkan kesan positif dan membuat pembeli merasa dihargai sebagai pelanggan.

22. Seberapa penting peran diskon dan penawaran tambahan dalam membuat Anda merasa mendapatkan nilai lebih di Pasar Wilis?

Jawaban : Harganya pun jauh lebih murah. Ditawar pun kadang masih bisa

Lampiran

Dokumentasi Tambahan

(Kondisi Pasar Buku Wilis)










Lampiran

Surat Izin Penelitian

| | | | | | | | | | |
|---|--|------|---------------|-----|------------|----------|-----------------------|---------------|-----------------------------------|
|  | <p>KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI <small>Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon/Faksimile (0341) 558933 Website: http://saintek.uin-malang.ac.id, email: saintek@uin-malang.ac.id</small></p> | | | | | | | | |
| Malang, 31 Januari 2023 | | | | | | | | | |
| <p>Nomor Lampiran Hal</p> | <p>: B-2.0/EST.01/TL.00/01/2023 : 1 (satu) berkas : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN</p> | | | | | | | | |
| <p>Kepada Yth. Bapak/Ibu Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Pemerintah Kota Malang, Jl. Simpang Terusan Danau Sentani No.3, Kota Malang</p> | | | | | | | | | |
| <p>Sebagai tugas akhir dalam studi di UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG, setiap mahasiswa diwajibkan menyusun skripsi.</p> | | | | | | | | | |
| <p>Guna memperlancar penyusunan skripsi mahasiswa yang berjudul "<i>Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Buku di Pasar Buku Wilis, Malang, Jawa Timur</i>"</p> | | | | | | | | | |
| <p>Untuk Lokasi Penelitian Di Pasar Buku Wilis Jl. Simpang Wilis Indah, Gading Kasri, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65115</p> | | | | | | | | | |
| <p>Dengan hormat kami mohon perkenan Bapak/Ibu pimpinan untuk sudi memberikan ijin kepada mahasiswa</p> | | | | | | | | | |
| <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Nama</td> <td style="padding: 2px;">: Febriansyah</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">NIM</td> <td style="padding: 2px;">: 19680003</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Fakultas</td> <td style="padding: 2px;">: Sains Dan Teknologi</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Program Studi</td> <td style="padding: 2px;">: Perpustakaan Dan Ilmu Informasi</td> </tr> </table> | | Nama | : Febriansyah | NIM | : 19680003 | Fakultas | : Sains Dan Teknologi | Program Studi | : Perpustakaan Dan Ilmu Informasi |
| Nama | : Febriansyah | | | | | | | | |
| NIM | : 19680003 | | | | | | | | |
| Fakultas | : Sains Dan Teknologi | | | | | | | | |
| Program Studi | : Perpustakaan Dan Ilmu Informasi | | | | | | | | |
| <p>Untuk melaksanakan penelitian di Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Pemerintah Kota Malang, guna mendapatkan data penelitian dalam rangka penyusunan.</p> | | | | | | | | | |
| <p>Besar harapan kami Bapak/Ibu berkenan memberikan ijin kepada mahasiswa tersebut di atas.</p> | | | | | | | | | |
| <p>Atas perhatian, bantuan, dan kebijakan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.</p> | | | | | | | | | |
| <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: small;">Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang</p>  <p style="font-size: x-small;">M. Nur Hafid NIP. 19770623 200804 1 005</p> </div> </div> | | | | | | | | | |

Lampiran
Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA MALANG
DINAS KOPERASI, PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
 Jl. Simpang Terusan Danau Sentani Nomor 3 Telp. 716546
 E-mail : diskopindag.kotamalang@gmail.com
 MALANG – 65138

SURAT KETERANGAN
 Nomor : 511/447 /35.73.412/2023

Berdasarkan surat dari Kementerian Agama Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Fakultas Sains dan Teknologi perihal Permohonan Ijin Penelitian, dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa atas nama :

| NO. | NAMA | NIM | BIDANG KEAHLIAN |
|-----|-------------|----------|---------------------------------|
| 1. | FEBRIANSYAH | 19680003 | Perpustakaan dan Ilmu Informasi |

Bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang (Pasar Buku Wilis).

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, ²⁴Pebruari 2023

KEPALA DINAS KOPERASI
 PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN



Dr. EKO SRI YULADI, S.Sos., MM
 Pembina Tingkat I
 NIP. 19700528 199302 1 003

Lampiran

Cek Plagiasi Dengan Turnitin

Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Buku Di Pasar Wilis

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | etheses.uin-malang.ac.id Internet Source | 2% |
| 2 | ejournal.iainbengkulu.ac.id Internet Source | 2% |
| 3 | journal2.um.ac.id Internet Source | 1% |
| 4 | repository.radenintan.ac.id Internet Source | 1% |
| 5 | repository.ub.ac.id Internet Source | 1% |
| 6 | www.neliti.com Internet Source | 1% |
| 7 | eprints.umm.ac.id Internet Source | 1% |
| 8 | 123dok.com Internet Source | 1% |
| 9 | Submitted to Surabaya University Student Paper | 1% |