

## ANALISIS KOMPARATIF PREFERENSI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH USAHA RITEL MODERN DALAM KONSUMSI

*(Comparative Analysis of Consumer Decision Preferences to Choose Modern Retail Business in Consumption)*

Rizki Purnama<sup>1)</sup>, Musrizal<sup>1\*)</sup>, Denny Sumantri Mangkuwinata<sup>1)</sup>, Chairul Bariah<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim, Bireuen, Provinsi Aceh, 24261

---

### Article Info:

Received: June 15, 2022

Accepted: July 14, 2022

### Keywords:

Consumption; consumer;  
preferences; retail

### Corresponding Author:

Musrizal

Program Studi Ekonomi  
Pembangunan, Fakultas Ekonomi,  
Universitas Almuslim, Bireuen,  
Provinsi Aceh, 24261

Tel: +6285277373079

Email: musrizalyusuf@gmail.com

**Abstrak**, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari karakteristik kelengkapan, lebih banyak, kualitas dan lingkungan terhadap keputusan konsumen memilih usaha ritel modern dalam konsumsi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi model logistik. Analisis logistik digunakan untuk menganalisis data kualitatif antara 2 pilihan dengan cara mengkuantitatifkan hubungan antara probabilitas 2 pilihan. Tujuan dari estimasi ini untuk menemukan nilai terbaik pada tiap-tiap koefisien. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kelengkapan Produk, Lebih Banyak Lebih Baik, Kualitas dan Kondisi Lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Alfamart Lintas Bireuen dengan tingkat variasi variabel yang mampu menjelaskan keputusan konsumen memilih ritel Alfamart Lintas Bireuen sebesar 10,3%. 2) Kelengkapan Produk, Lebih Banyak Lebih Baik, Kualitas dan Kondisi Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Alfamart Lintas Bireuen dengan variasi variabel yang mampu menjelaskan keputusan konsumen memilih ritel Indomaret Gayo Km 1 Bireuen sebesar 21,1%

*Abstract*, this study aims to determine the effect of completeness, quantity, quality, and environmental characteristics on consumer decisions to choose a modern retail business. The analytical method used in this study is the logistic model of regression analysis. Logistics analysis is used to analyze qualitative data between 2 choices by quantifying the relationship between the probabilities of 2 options. This estimation aims to find the best value for each coefficient. The results of this study indicate that: 1) Product Completeness, More is Better, Quality, and Environmental Conditions have no significant effect on consumer decisions to choose Alfamart Lintas Bireuen with a variable level of variation that can explain consumer decisions to choose Alfamart Lintas Bireuen retail by 10.3%. 2) from the other hand, duct Completeness, More

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern, membuat kebutuhan manusia semakin meningkat. Kebutuhan manusia tersebut berkembang seiring dengan berbagai perubahan yang terjadi saat ini, terutama kondisi sosial ekonomi masyarakat. Semakin tinggi status sosial ekonomi masyarakat maka makin tinggi pula tuntutan terhadap kebutuhan hidupnya dan tuntutan terhadap pelayanan. Teori konsumsi mengartikan konsumen cenderung menginginkan kebebasan, mereka merasakan sensasi *me-time* yang diberikan dalam memikirkan, memilih dan memutuskan apa yang akan mereka beli. Hal ini adalah salah satu konsep yang paling menonjol yang dimiliki ritel modern. Sehingga keberadaan ritel modern berpengaruh pada berbagai hal, diantaranya adalah perubahan tata lingkungan, perubahan sosial dan ekonomi masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, keberadaan ritel tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya

bisnis ritel modern. Konsumsi kebutuhan masyarakat untuk kebutuhan sehari-hari, menggantungkan diri pada kebutuhan di ritel-ritel yang sudah mempunyai nama, seperti Indomaret dan Alfamart. Kedua outlet ini dijumpai sehingga di pelosok desa di seluruh Indonesia. Keduanya menyediakan barang-barang kebutuhan harian masyarakat seperti makanan, kebutuhan rumah tangga hingga pakaian dalam.

Persaingan ketat menjadi fenomena ini, dimana seringkali terjadi bahwa ketika ada outlet Indomaret maka tidak jauh dari tempat itu ada outlet Alfamart. Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab (2004) mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas. Sedangkan menurut Andi Mappiare (1994) definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Dalam kajian ekonomi, Ada empat prinsip pilihan rasional yaitu:

- a. Kelengkapan ( *Completeness* )  
Prinsip ini menyatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan. Konsumen dapat membandingkan dan menilai semua produk yang ada. Bila A dan B adalah dua keadaan produk yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu diantara kemungkinan yang ada. Dengan kata lain, untuk setiap dua jenis produk A dan B, konsumen akan lebih suka A daripada B, lebih suka B daripada A, suka akan kedua-duanya, atau tidak suka akan kedua-duanya. Preferensi ini mengabaikan faktor biaya dalam mendapatkannya.
- b. Transivitas ( *Transitivity* )  
Prinsip ini, menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai daripada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk C”. Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam hal mengambil keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa pada setiap alternatif pilihan seorang individu akan selalu konsisten dalam memutuskan preferensinya atas suatu produk dibandingkan dengan produk lain.
- c. Kontinuitas (Continuity)  
Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsinya.
- d. Lebih Banyak Lebih Baik ( *The More Is The Better* )  
Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Sehingga konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan didapat.

Setiadi (2003) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan didefinisikan suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi salah satu pilihan dari 2 alternatif atau lebih. Berdasarkan hasil studi empiris dan dasar teori yang ada, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: diduga variabel kelengkapan, lebih banyak lebih baik, kualitas dan kondisi lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Alfamart Lintas Bireuen.

H2: diduga variabel kelengkapan, lebih banyak lebih baik, kualitas dan kondisi lingkungan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Indomaret Gayo KM 1.

## **METODOLOGI**

Pendekatan penelitian yang peneliti gunakan yaitu pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis *Explanatory Research*. Lokasi penelitian dilakukan pada Alfamart Lintas Bireuen dan Indomaret Gayo Km.1 di Kabupaten Bireuen. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dengan objek observasi kelengkapan, lebih banyak lebih baik, kualitas dan kondisi lingkungan dan pengaruhnya terhadap keputusan memilih Alfamart Lintas Bireuen dan Indomaret Gayo Km.1 di Kabupaten Bireuen dalam konsumsi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Minimarket

Alfamart Lintas Bireuen dan Indomaret Gayo Km. 1 yang jumlahnya tidak dapat ditentukan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel
- z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
- p = maksimal estimasi = 0,5
- d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga peneliti akan mengambil sampel sebanyak 100 orang responden dengan rincian konsumen Alfamart Lintas Bireuen sebesar 50 responden, konsumen Indomaret Gayo Km. 1 di Kabupaten Bireuen sebesar 50 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara, kuesioner dan observasi. Untuk melihat pengaruh dari tiap-tiap variabel dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam konsumsi, maka dalam penelitian menggunakan metode analisis Model Logistik (LOGIT). Analisis LOGIT digunakan untuk menganalisis data kualitatif antara 2 pilihan dengan cara mengkuantitatifkan hubungan antara probabilitas 2 pilihan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Teori ekonomi mikro menerangkan setiap individu memiliki pertimbangan-pertimbangan sebelum mengambil keputusan. Perilaku tersebut didorong oleh rasa ingin memenuhi kebutuhannya. Sebelum mengambil keputusan usaha ritel yang mana yang akan digunakan konsumen untuk memenuhi konsumsi. Berikut ini disajikan hasil regresi pengaruh dari karakteristik kelengkapan, lebih banyak lebih baik, kualitas dan lingkungan terhadap keputusan konsumen memilih usaha ritel modern dalam konsumsi.

### Uji Signifikansi model pada ritel Alfamart Lintas Bireuen

Uji yang pertama kali dilakukan adalah pengujian peranan parameter dalam model secara keseluruhan yaitu dengan hasil diberikan pada tabel 1.

Tabel 1. Uji Signifikansi Model Pada Ritel Alfamart Lintas Bireuen

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	64.062 <sup>a</sup>	.076	.103

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Sumber: Data Primer Hasil Olahan (2021)

Berdasarkan hasil pada tabel 1 didapatkan nilai statistik  $G = -2L0 - L1 = 64,062$ . Sedangkan nilai *Chi-square* pada tabel dengan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 5$  adalah 11,07. Dapat dilihat bahwa  $G \geq X_{52}$ , yaitu  $64,062 \geq 11,07$  akibatnya  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya adalah tidak terdapat satu pun koefisien yang berpengaruh signifikan pada taraf  $\alpha = 0,05$ . Koefisien determinasi regresi logistik sebesar 0,103 artinya kontribusi

variabel prediktor sebesar 10,3%, maka variasi variabel Kelengkapan Produk ( $X_1$ ), Lebih Banyak Lebih Baik ( $X_2$ ), Kualitas ( $X_3$ ) dan Kondisi Lingkungan ( $X_4$ ) mampu menjelaskan keputusan konsumen memilih ritel Alfamart Lintas Bireuen sebesar 10,3%.

*Uji Signifikansi Individual*

Selanjutnya dilakukan uji signifikansi parameter secara individual dilakukan dengan menggunakan *Wald Test* dan diperoleh nilai statistik  $W^2$  yang disajikan dalam tabel 2.

Tabel 2. Nilai Statistik Uji Wald Pada Ritel Alfamart Lintas Bireuen

Variabel	Wald	df	Sig.	Keterangan
Kelengkapan Produk	.154	1	.694	Tidak signifikan
Lebih Banyak Lebih Baik	2.548	1	.110	Tidak signifikan
Kualitas	.198	1	.656	Tidak signifikan
Kondisi Lingkungan	.795	1	.373	Tidak signifikan
Konstanta	.096	1	.756	Tidak signifikan

Sumber: Data Primer Hasil Olahan (2021)

Hasil tabel 2 diatas, dapat disimpulkan variabel Kelengkapan Produk ( $X_1$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,694, Lebih Banyak Lebih Baik ( $X_2$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,110, Kualitas ( $X_3$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,656 dan Kondisi Lingkungan ( $X_4$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,373 tidak berpengaruh signifikan pada taraf  $\alpha = 0,05$  dan  $\alpha = 0,10$  dikarenakan nilai *Wald* lebih besar dari taraf  $\alpha = 0,05$  dan  $\alpha = 0,10$ .

*Uji Kecocokan Model*

Uji yang dipakai untuk menguji kecocokan model dalam regresi logistik adalah uji *Hosmer-Lemeshow*.Diperoleh uji statistik pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Hosmer-Lemeshow Pada Ritel Alfamart Lintas Bireuen

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	8.473	6	.205

Sumber: Data Primer Hasil Olahan (2021)

Hasil tabel 3 di atas terlihat nilai  $XHL2=8,473$ . Nilai *Chi-square* pada tabel dengan  $df = 4$  adalah  $9,49(X(g-2)2)$ . Karena  $XHL2 < X(g-2)2$ , maka  $H_0$  diterima.Berdasarkan keputusan yang diperoleh, pada taraf signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa model sesuai atau tidak ada perbedaan antara observasi dan prediksi. Disebabkan setiap variabel tidak memiliki pengaruh signifikan baik secara regresi logistik maupun secara pengujian individual maka tidak ada pembentukan model akhir persamaan regresi logistik. Maka keputusan yang dapat diambil adalah variabel Kelengkapan, Lebih Banyak Lebih Baik, Kualitas dan Kondisi Lingkungan tidak memiliki berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Alfamart Lintas Bireuen ( $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ ).

*Uji Signifikansi Model Pada Ritel Indomaret Gayo Km 1 Bireuen*

Uji pertama kali dilakukan adalah pengujian peranan parameter dalam model secara keseluruhan yaitu dengan hasil diberikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Uji Signifikansi Model Pada Ritel Indomaret Gayo Km 1 Bireuen

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	60.633 <sup>a</sup>	.158	.211

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

Sumber: Data Primer Hasil Olahan (2021)

Hasil pada tabel 4 didapatkan nilai statistik  $G=-2L0-L1=60,633$ . Sedangkan nilai *Chi-square* pada tabel dengan  $a = 0,05$  dan  $df =5$  adalah 11,07. Dapat dilihat bahwa  $G \geq X_{52}$ , yaitu  $60,633 \geq 11,07$  akibatnya

H<sub>0</sub> ditolak. Kesimpulannya adalah tidak terdapat satu pun koefisien yang berpengaruh signifikan pada taraf  $\alpha = 0,05$ . Koefisien determinasi regresi logistik sebesar 0,211 artinya kontribusi variabel prediktor sebesar 21,1%, maka variasi variabel Kelengkapan Produk (X<sub>1</sub>), Lebih Banyak Lebih Baik (X<sub>2</sub>), Kualitas (X<sub>3</sub>) dan Kondisi Lingkungan (X<sub>4</sub>) mampu menjelaskan keputusan konsumen memilih ritel Indomaret Gayo Km 1 Bireuen Sebesar 21,1%.

*Uji Signifikansi Individual*

Selanjutnya dilakukan uji signifikansi parameter secara individual dilakukan dengan menggunakan *Wald Test* dan diperoleh nilai statistik W<sup>2</sup> yang disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Statistik Uji Wald Pada Ritel Indomaret Gayo Km 1 Bireuen

Variabel	Wald	df	Sig.	Keterangan
Kelengkapan Produk	.094	1	.760	Tidak signifikan
Lebih Banyak Lebih Baik	3.088	1	.079	Signifikan
Kualitas	3.343	1	.067	Signifikan
Kondisi Lingkungan	1.997	1	.158	Tidak signifikan
Konstanta	5.627	1	.018	Tidak signifikan

Sumber: Data Primer Hasil Olahan (2021)

Hasil tabel 5 diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel Lebih Banyak Lebih Baik (X<sub>2</sub>) dengan nilai signifikan sebesar 0,079 dan Kualitas (X<sub>3</sub>) dengan nilai signifikan sebesar 0,067 berpengaruh signifikan pada taraf  $\alpha = 0,10$ . sedangkan Kelengkapan Produk (X<sub>1</sub>) dengan nilai signifikan sebesar 0,760 dan Kondisi Lingkungan (X<sub>4</sub>) dengan nilai signifikan sebesar 0,158 tidak berpengaruh signifikan pada taraf  $\alpha = 0,05$  dan  $\alpha = 0,10$ .

*Uji Kecocokan Model*

Uji yang dipakai untuk menguji kecocokan model dalam regresi logistik adalah uji *Hosmer-Lemeshow*.Diperoleh uji statistik pada Tabel 4.28.

Tabel 6 Hasil Uji Hosmer-Lemeshow Pada Ritel Indomaret Gayo Km 1 Bireuen

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	2.334	8	.969

Sumber: Data Primer Hasil Olahan (2021)

Hasil tabel 6 di atas terlihat bahwa nilai  $XHL2=2,334$ . Nilai *Chi-square* pada tabel dengan  $df =6$  adalah  $12,59(X(g-2)2)$ . Karena  $XHL2 < X(g-2)2$ , maka H<sub>0</sub> diterima.Berdasarkan keputusan yang diperoleh, pada taraf signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa model sesuai atau tidak ada perbedaan antara observasi dan prediksi.

*Pembentukan Model Akhir Persamaan Logistik*

Model awal regresi logistik terbentuk, selanjutnya dibuat model regresi logistik baru dengan hanya memasukkan variabel Lebih Banyak Lebih Baik (X<sub>2</sub>) dan Kualitas (X<sub>3</sub>). Setelah dilakukan uji signifikansi parameter dan uji *Wald*, didapatkan model akhir sebagai berikut.

$$\ln P1-p = -4,944 + 1,185X_2 + 1,162X_3$$

Keputusan yang dapat diambil adalah variabel Lebih Banyak Lebih Baik (X<sub>2</sub>) dan Kualitas (X<sub>3</sub>) berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih Indomaret Gayo Km 1 Bireuen(H<sub>1</sub> :  $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 \neq 0$ ). Hasil penelitian membuktikan bahwa secara signifikan terdapat pengaruh signifikan dari faktor Kelengkapan Produk, Lebih Banyak Lebih Baik, Kualitas dan Kondisi Lingkungan terhadap keputusan konsumen memilih Alfamart Lintas Bireuen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Fifyanita dan Kamal (2012) tentang analisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian menyimpulkan bahwa variabel lokasi mempunyai dampak yang paling dominan dalam keputusan pembelian. Disebutkan pula ketiga variabel independen yaitu pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dari analisis komparatif preferensi keputusan konsumen memilih usaha ritel Alfamart Lintas Bireuen dan Indomaret Gayo KM.1 Bireuen maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Analisis yang dilakukan peneliti terhadap konsumen ritel Alfamart Lintas Bireuen adalah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih Alfamart Lintas Bireuen. Sedangkan ritel Indomaret Gayo KM.1 Bireuen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen memilih ritel Indomaret Gayo Km 1 Bireuen ( $H_1 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 \neq 0$ )

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdul Rahman Shaleh Dan Muhibb Abdul Wahab. 2004. Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam, Jakarta, Prenada Media.
- Andi Mappiare. 1994. Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan, Surabaya, Usaha Offset Printing.
- Djaali & Pudji Mulyono. 2008. Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan, Jakarta, PT Grasindo.
- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal, 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Artikel Manajemen, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin, Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua belas. Jilid I. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Indeks.
- Levy & Weitz. 2007. Retailing Management (6th ed.). New York: McGraw-Hill International.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). Retailing Management Information Center. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Reardon, Thomas et al. 2003. "The Rise of Supermarkets in Africa, Asia, and Latin America" (Perkembangan Supermarket di Afrika, Asia, dan Amerika Latin). American Journal of Agricultural Economics 85,.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran, Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2003. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta