



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

PERILAKU KONSUMEN PADA PASAR MODERN (STUDI TERHADAP KONSUMEN PLAZA PAYAKUMBUH)

SKRIPSI



**AFRIANTI
06191041**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2010**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan / atau doktor), baik di Universitas Andalas maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah karya saya sendiri, kecuali bantuan dan arahan dari pihak-pihak yang disebutkan dalam kata pengantar.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Padang, 26 Agustus 2010

Yang membuat pernyataan,



Airianti, S.Sos

BP. 06191041

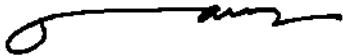
HALAMAN PENGESAHAN

Nama : AFRIANTI
Nomor Buku Pokok : 06191041
Judul Skripsi : PERILAKU KONSUMEN PADA PASAR MODERN
(Studi Terhadap Konsumen Plaza Payakumbuh)

“Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi dan disahkan oleh Ketua Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas “.



Drs. Ardi Abbas MT.
Pembimbing I



Prof. Dr. Damsar, MA.
Pembimbing II

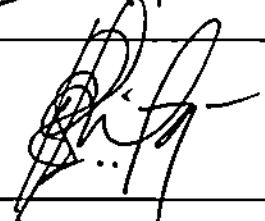
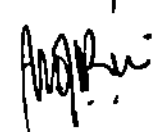
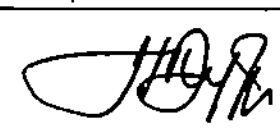
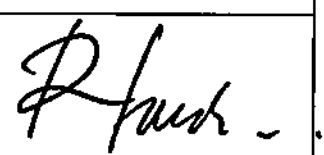
Mengetahui,



Dr. Azwar, M.Si
Ketua Jurusan

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah diuji di depan Sidang Ujian Skripsi Jurusan Sosiologi pada tanggal 25 Agustus 2010, bertempat di Ruang Sidang Jurusan Sosiologi, dengan Tim Penguji :

TIM PENGUJI	STATUS	TANDA TANGAN
Dra. Nini Anggraini, M.Pd	Ketua	
Drs. Ardi Abbas, MT	Sekretaris	
Dra. Fachrina, M.Si	Anggota	
Dra. Dwiyanti Hanandini, M.Si	Anggota	
Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si	Anggota	

ABSTRAK

AFRIANTI. BP. 06191041. Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang. Judul Skripsi: Perilaku Konsumen Pada Pasar Modern (Studi Terhadap Konsumen Plaza Payakumbuh). Pembimbing I Drs. Ardi Abbas, MT dan Pembimbing II Prof. Dr. Damsar, M.A. Tebal Skripsi: 87 halaman.

Secara sosiologi, pesatnya perkembangan pasar modern dan informasi tentang gaya hidup yang terjadi di kota-kota besar juga terjadi di kota Payakumbuh. Plaza Payakumbuh secara administratif terkesan seolah merupakan pasar modern yang terdapat di kota Payakumbuh dan sekitarnya dengan memiliki ciri yang secara arsitektur bangunan dirancang tinggi dan megah yang memiliki lebih dari tiga lantai bersih, nyaman, mutu barang dapat dipertanggung jawabkan, waktu pembayaran yang cepat, dan mempunyai fasilitas yang lengkap. Dengan tampilan fisik yang modern, mewah dan nyaman. Orang berkunjung tidak hanya memenuhi kebutuhan terhadap suatu barang dan jasa, tetapi juga memanfaatkan waktu luang (*leisure activity*). Sementara dari sisi manajemen pasar dikelola secara profesional.

Dalam penelitian ini digunakan teori Pertukaran Perilaku Sosial. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan tipe penelitiannya deskriptif. Dalam pengumpulan data digunakan teknik observasi dan wawancara mendalam. Pemilihan informan dengan menggunakan *accidental sampling* (secara kebetulan). Unit analisisnya adalah konsumen yang melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh. Analisis data menggunakan metode deskriptif yakni data yang diperoleh dilapangan disusun secara sistematis dan disajikan secara deskriptif, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih tajam tentang fenomena yang terjadi dan akhirnya dapat memberi kesimpulan. Data yang didapat dianalisa dengan teknik triangulasi yakni sebagai pembandingan dari data yang didapat konsumen yang melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Plaza Payakumbuh merubah pola belanja yang dahulunya dijalani oleh masyarakat Kota Payakumbuh yang berbelanja di Pasar Tradisional. Dengan pola baru seperti itu membentuk perilaku sosial baru kepada konsumen. Ke Plaza bukan semata-mata untuk belanja tetapi juga berwisata belanja yang sudah menjadi kebutuhan individu mengikuti perkembangan zaman. Alasan-alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh di dasarkan oleh faktor internal dan eksternal. Perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh tidak hanya belanja tetapi juga berekreasi, hanya sekedar lihat-lihat, jalan-jalan, cuci mata, mejeng, dan main game di Plaza. Plaza juga menyediakan tempat makan yang nyaman (*foodcourt*). Selain itu di Plaza juga dijadikan tempat pacaran bagi konsumen.

ABSTRACT

AFRIANTI. BP. 06191041. Sociology. Social and Politic Faculty. Andal University. Padang. Thesis Title : Costumers Behavioral On Modern Market (Case Study To Payakumbuh). (Supervisor I Drs. Ardi Abbas, MT and Supervisor II Prof. Dr. Damsar, M.A. 87 Page.

In sociology, As growth of modern and information about lifestyle that happen in big city are happens too in Payakumbuh city and around that have own building shape that make a high and luxurious building, have there clening floor, comfortable, and quality responsibility, fast payment time, and comfortable. People visiting not only for necessary of things and service, but for leisure activity. While from market management managing with professionally.

In this research using behavioral social changing. Methode that use in this research is kualitative method with descriptive research type. To complete data using observation technic and depth interview. Informan choose by accidental sampling. Analyse unit is consumers who do consumption activity in Payakumbuh Plaza. Analyzing data using descriptive method, it arrage with sistematicaly and descriptive, so can give more shape data the happening phenomena, and finally get conclusion. Data that can analyse with trianglasi as a comparison from data that get from cos nsumer that do consumption activity in Payakumbuh Plaza.

For this reaserch can conclude that Payakumbuh Plaza can change shooping role that doing before by Payakumbuh City People shop in traditional market with a new pola like that make a new social behavioral to a consumers. Going to plaza not only for shoopp but for shopping tourism that become personal needs that following the growth. The consumer's reason personal doing consumption activity in Payakumbuh Plaza basd on consumer opinion as external factore. Consumers behavioral do activity consumption in Payakumbuh Plaza not only for shopping but for recreation too. Just sewed, walking, and playing games in plaza. Plaza willing comfortable foodcourt. Beside that plaza be hangout place for consumer.

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kepada ALLAH, S.W.T yang telah memberikan rahmat dan kekuatan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul **“PERILAKU KONSUMEN PADA PASAR MODERN (Studi Terhadap Konsumen Plaza Payakumbuh)”** dapat terselesaikan walaupun dalam proses pembuatannya banyak menghadapi berbagai tantangan. Tulisan ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas.

Kemudian tidak lupa Shalawat dan Salam Kepada Rasulullah, Muhammad SAW yang telah memperjuangkan syariat Islam dan mengantarkan umatnya ke zaman yang berilmu pengetahuan.

Penyelesaian dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari segala bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Ardi Abbas, MT selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan, kritikan, saran dan tambahan kepada penulis serta arahan sejak dari awal hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Prof. DR. Damsar, MA selaku pembimbing II yang telah Banyak memberikan masukan dan pengarahan yang telah membuat penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Segenap tim penguji yang telah memberikan masukan dan kritikan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik (Ibu Dra. Nini Anggraini, M.Pd, Ibu Dra. Fachrina, M.Si, Ibu Dra. Dwiyantri Hanandini, M.Si dan Bapak Rinaldi Eka Putra , M.Si)
4. Seluruh Staf Pengajar di FISIP UNAND yang telah mencurahkan ilmunya dan membimbing selama perkuliahan dan semua Staf Akademik (Ni Lis,

Buk As, Buk Mur, dan Nita) yang telah membantu dalam proses administrasi kepada penulis.

5. Pihak-pihak yang membantu sehingga terwujudnya skripsi ini terutama kepada para informan penelitian di Plaza Payakumbuh, dan dari Staf Plaza Payakumbuh (yang selalu meluangkan waktunya disela kesibukan), Bu David serta pak Amri Hafif.
6. Buat kedua orang tuaku, Mama Yul Arbita dan Almarhum Papa serta abang Syahendra Wirman, Irfan Azwir, dan Himsarina Fiko. Terima kasih banyak untuk semua motivasi, pencerahan, ketulusan dan kesabarannya yang membuat penulis bersemangat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula terimakasih banyak atas support dari uni Eti beserta si kecil Habib (*jan takuik samo ante bib*), om Doni dan Rinal yang selalu menemani mama di rumah, semua adalah anugerah yang tak tergantikan dalam hidupku.
7. Buat temanku Mike dan Pikacu persahabatan kita tak lekang oleh waktu. ThankQ telah menemani pergi ke Plaza Payakumbuh, dan buat KasabQ Elga (*Capek lah ka Padang*)
8. Buat temanQ yang mulai dari awal kuliah Dina (*semangat ya din..dah mau ujian!*), Cik Gu (*Minta kue...Semangat ci' Gu!*), Noya (*cie... yang dah proposal*), Mira S.Sos (*gadang saringik, hehe, suko caliak desi sanang*), Mpi S.Sos (*Mpi...thank banget masukannya, kena teyus, jarang meleset..he3*), Tek Jun (*main duluan aja ne*), Anie (*Mpuang*), dan Afni (*kemana aja ne, ngak keliatan*).
9. Buat teman-teman KKN jorong Koto Tanggah yang selalu memberi semangat Aan, Nana, Rindi, Adhi dan Di2.
10. Buat teman-teman seangkatan dan seperjuangan Sosioloogi 06 Zara S.Sos (*madam isilah pulsa! Hehe..*), Lastris (*Elok2 ambiak fotonyo Cin. beko tatangkok*), Edhoy Keren S.Sos (*ThankQ tumpangan di*), Erik, Desi Seswira S.Sos (*raun-raun wak liak*), Pipin (*lah pulang RS pin?*), Ile (*lah bara kg nyuci Ile*), Liza (*Za..*), Riri Maria S.Sos (*Riri minta anak SAD ciek*), Lili S.Sos (*buk dos*), Jhoni (*makasih Dj kritik & saranyo*), Armen,

Agus, Nico Mbuank, Jeny (*suah..*), Andi, Putra, Andri, Ayii, Bayan, Eru, Roky (*pai hang out ajak2 yo!! He3*), Iyel, Yolla, Ade, Poni & Pono, Afrizal, *Bilo wak bs samo2 liak teman temin..., galak2..., raun2 paniang... Ondee...miss u all pren.* Kompak Slalu!!

11. LABSOS crew Fauzi n Zeni, Tia, Meri, Indah, Diana, Adi, Thanks ALL...
12. Akak seperjuangan k' Mira, k' Dira, k' Elsa (hehe.. jarang akak Nampak di Pasa kini), & Rico Kabun.
13. Dan semua Rekan2 Sosiologi 03, 05, 06, 07, 08, 09 lainnya yang g' bs disebutkan namanya satu persatu...thanks all...

Karya ini teristimewa penulis persembahkan untuk mereka yang selalu ada dan sangat berarti bagi penulis Papa dan Mama tercinta. Terimalah kado kecil ini, untuk kasih sayang dan setiap pengorbanan dalam hidupku.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini sangat jauh dari kesempurnaan dan mempunyai banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu penulis tiada hentinya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca demi terbangunnya tulisan dan teori ilmiah bagi kita semua.

Demikianlah skripsi ini disusun, semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang berkepentingan. Amin.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatu

Padang, Agustus 2010

Afrianti

DAFTAR ISI

	Halaman
Pernyataan	
Lembar Pengesahan	
Lembar Persetujuan	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1. Umum.....	10
1.3.2. Khusus.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Akademi.....	11
1.4.2. Manfaat Praktik.....	11
1.5. Tinjauan Pustaka.....	11
1.5.1. Perilaku Konsumen.....	11
1.5.2. Perspektif Sosiologi.....	14
1.6. Metodologi Penelitian.....	16
1.6.1. Pendekatan dan Tipe Penelitian.....	16
1.6.2. Teknik Pemilihan Informan.....	18
1.6.3. Teknik dan Proses Pengumpulan Data.....	18
1.6.4. Teknik dan Proses Penelitian.....	21
1.6.5. Unit Analisis.....	23
1.6.6. Analisis Data.....	24
1.6.7. Lokasi Penelitian.....	26
1.6.8. Definisi Konsep.....	26
1.6.9. Jadwal Penelitian.....	27
BAB II DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	
2.1. Gambaran Umum Kota Payakumbuh.....	28
2.2. Gambaran Plaza Payakumbuh.....	30
2.2.1. Sarana dan Prasarana Plaza Payakumbuh.....	34

2.2.2. Keluar dan Masuk Pengunjung.....	36
2.2.3. Konsep dan Tujuan Plaza Payakumbuh Sebagai Taman Rekreasi Berbelanja	37
2.2.4. Peranan Plaza Payakumbuh	39
2.2.5. Norma Sosial bagi Karyawan dan Konsumen Plaza Payakumbuh.....	40
2.3. Struktur Organisasi Plaza Payakumbuh.....	42
2.4. Jam Kerja Plaza Payakumbuh.....	45
2.5. Sistem Upah.....	46
2.6. Dampak Pembangunan Plaza Payakumbuh.....	48

BAB III PERILAKU KONSUMEN PADA PASAR MODERN

3.1. Alasan-Alasan Konsumen Melakukan Aktivitas Konsumsi di Plaza Payakumbuh.....	60
3.1.1. Diajak Teman, Keluarga, dan Pacar	53
3.1.2. Lokasi Plaza Payakumbuh Strategis	55
3.1.3. Barang yang Dijual di Plaza Payakumbuh Bermerek, Berkualitas dan Bergenggsi	57
3.1.4. Melihat Informasi dari Brosur, Spanduk dan Iklan	58
3.1.5. Pacaran.....	59
3.1.6. Menghemat Waktu Belanja.....	60
3.1.7. Plaza Payakumbuh Aman, Nyaman, dan Barang yang Dijual Pasti....	61
3.1.8. Kebutuhan Konsumen Hanya Dijual di Plaza Payakumbuh.....	62
3.1.9. Mengajak Anak Main di Time Zone.....	63
3.1.10 Konsumen Merasa cocok Untuk Belanja di Plaza Payakumbuh	64
3.2. Perilaku Konsumen Melakukan Aktivitas Konsumsi di Plaza Payakumbuh.....	66
3.2.1. Rekreasi.....	70
3.2.2. Pacaran.....	73
3.2.3. Belanja	75
3.2.4. Makan	79
3.3. Perilaku Khusus Konsumen Plaza Payakumbuh	82

BAB IV PENUTUP

4.1. Kesimpulan	84
4.2. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Observasi Awal Perubahan Perilaku Konsumen antara Pasar Tradisional dengan Plaza Payakumbuh	9
Tabel 1.2 Jadwal Penelitian.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

1. Data Informan
2. Instrumen Penelitian
 - Pedoman Wawancara
3. Transkrip wawancara
4. Gambar atau foto-foto lokasi penelitian
5. Surat-surat Izin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Bahkan kebanyakan fenomena ekonomi berhubungan dengan pasar. Pasar juga merupakan salah satu penggerak utama dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang (Damsar, 1995 : 83).

Secara umum pasar terbagi dua yaitu pasar tradisional dan modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar (http://v2trock.blogspot.com/2009/10/pasar-tradisional-vs-pasarmodern_19.html).

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (*swalayan*) atau

dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan makanan seperti; buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern adalah pasar swalayan dan hypermarket, supermarket, dan minimarket (http://v2trock.blogspot.com/2009/10/pasar-tradisional-vs-pasarmodern_19.html).

Pada pasar modern seperti penelitian yang dilakukan oleh Kiky Oktaviani (2004) dapat disimpulkan "Strategi Tawar Menawar di Plaza Andalas Padang". Menjelaskan pesatnya perkembangan pasar modern dan informasi tentang gaya hidup modern yang terjadi di kota-kota besar juga terjadi di kota Padang. Plaza Andalas secara administratif terkesan seolah merupakan pasar modern yang terdapat di kota Padang dan sekitarnya dengan memiliki ciri yang secara arsitektur bangunan dirancang tinggi dan megah yang memiliki lebih dari tiga lantai atau lebih bersih, nyaman, atau mutu barang yang dapat dipertanggung jawabkan, waktu pembayaran yang cepat dan mempunyai fasilitas yang lengkap.

Selanjutnya, menurut Ma'ruf dalam dunia ekonomi pasar terdapat berbagai klasifikasi metode penjualan barang di pasar tersebut. Salah satunya ada dengan cara bisnis enceran. Bisnis enceran ini sering dikenal orang dengan sebutan bisnis *ritel*, yaitu merupakan bisnis menghidupi banyak orang dan memberikan keuntungan bagi orang lain. Peritel (pengencer) adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara enceran kepada masyarakat (sebagai konsumen). Peritel perorangan atau peritel kecil terdiri dari beberapa jumlah gerai yang bervariasi, mulai memiliki satu gerai hingga memiliki beberapa gerai. Kata "Gerai" merujuk pada tempat dimana seseorang dapat membeli barang atau jasa,

artinya konsumen datang ke gerai untuk melakukan transaksi belanja dan membawa pulang barang dan menikmati jasanya. Gerai-gerai dari peritel kecil terdiri dari dua macam, yaitu gerai tradisional dan gerai modern. Gerai tradisional adalah gerai yang sudah lama beroperasi di negara ini yaitu berupa warung, toko dan pasar. Sedangkan yang termasuk ke kelompok gerai modern adalah plaza, mall, supermarket, departement, hipermarket.

Konsep yang muncul berikutnya adalah *one-stop shopping* yaitu suatu tempat berbelanja yang memenuhi semua kebutuhan individu dan keluarga. Hal ini banyak terjadi *chainsstore* adalah bersatunya beberapa gerai yang beroperasi di wilayah-wilayah yang berbeda dalam satu pengelolaan tim manajemen, karena bersatu dalam satu tangan manajemen, gerai-gerai itu serupa dalam hal tampilan (luas dan dalam), barang yang dijual, dan hal operasinya.

Selanjutnya berkembang lagi tempat penjualan barang dengan format baru yang lebih memikat konsumen, yaitu mall dan plaza. Jika dalam *one-stop shopping* telah ada tempat berbelanja dengan beragam macam yang menjual aneka barang dan jasa yang dibutuhkan pribadi dan rumah tangga, maka mall dan plaza memberikan nilai plus yang berbeda yaitu serupa hiburan dan kenyamanan berbelanja. Hal ini ditandai dengan gerai bermain, restoran yang beragam, Bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), ruang publik indor yang lebih luas. Mall dan plaza selalu memberikan kenyamanan lebih besar kepada pengunjung dari pada trade center. Karena fasilitas yang berbeda, misalnya dalam hal luas ruang publik, dalam gedung untuk berjalan-jalan yang lebih luas pada mall dan plaza (Ma'ruf, 2005 : 79).

Perilaku konsumen disaat melakukan aktivitas konsumsi sebelum adanya Plaza Payakumbuh ke pasar hanya berbelanja suatu barang dan menikmati jasanya. Hanya sekedar pemenuhan kebutuhan fisik saja. Di Pasar Payakumbuh tempat bertemunya penjual dan pedagang adanya proses tawar menawar antara pembeli dan pedagang. Sedangkan sesudah adanya Plaza Payakumbuh aktivitas konsumsi dilakun tidak perlu melakukan transaksi pembelian di gerai-gerai, cukup berpakaian pantas dan mungkin berpura-pura melihat suatu barang, melihat barang yang ditawarkan, berjalan-jalan seperti orang mencari-cari sesuatu, menatap tegak kerumunan orang-orang yang juga sedang berjalan kaki.

Konsumen tidak hanya memilih barang dan jasa semata-mata karena harganya, penampilanya, dan ketersediaannya. Sesungguhnya banyak pembeli dipengaruhi oleh banyak alasan emosional, seperti harga diri (*esteem*) dan kesan (*image*). Perilaku konsumen meliputi proses mental, baik yang sederhana maupun kompleks (Tjiptono, 2000: 39).

Maka dari itu, perilaku konsumen dalam mendapatkan suatu produk atau jasa pada saat ini lebih kompleks dari pada sebelumnya. Perilaku konsumen merupakan hasil saling pengaruh mempengaruhi dari semua faktor-faktor sosial, kultur, pribadi dan psikologi yang kompleks dimana faktor-faktor tersebut dapat berguna dalam mengidentifikasi dan memahami konsumen. Ini dapat kita lihat dari perubahan yang dinamis dan kondisi sosial ekonomi yakni adanya tuntutan terhadap keinginan konsumen pada kualitas produk yang semakin tinggi. Kemudahan dalam mendapatkan produk tersebut dan dengan harga yang terjangkau oleh mereka (Engel, 1994 : 44-45).

Sebagaimana yang ditulis oleh Damsar, Don Slater (1997) menyatakan bahwa konsumsi selalu dan dimanapun dipandang sebagai proses budaya. Tetapi budaya konsumen merupakan hal yang unik dan khusus, Ia merupakan cara produksi budaya yang dominan pada masyarakat barat modern. Sebab itu secara umum, meliputi nilai, praktek dan lembaga, dalam masyarakat barat modern, misalnya individualisme dan hubungan pasar.

Pendekatan konsumen untuk membeli barang atau jasa dipengaruhi oleh situasi mereka, apakah mereka mempunyai uang, seberapa penting, sering, resiko atau mendesaknya pembelian tersebut sesuai dengan kondisi mereka. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi cara konsumen berperilaku khususnya, cara membeli. Faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan kedalam variable sosial, termasuk budaya. Karakteristik pribadi dan variable psikologis (Nugroho, 2003: 16).

Konsumen dipengaruhi oleh orang lain. Pengaruh tersebut dapat berasal dari keseluruhan atau sebagian dari kelompok sosial berikut (Nugroho, 2003 : 12).

1. Keluarga

Keluarga dapat dibedakan dalam kehidupan pembeli yaitu keluarga orientasi yang merupakan orang tua seseorang. Dan keluarga prokreasi yaitu pasangan hidup anak-anak seorang keluarga merupakan orientasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam masyarakat.

2. Kelompok Referensi

Terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

4. Budaya dan Subbudaya

Budaya dan subbudaya juga mempengaruhi gaya hidup seseorang kepercayaan, sikap, dan tentu saja perilaku konsumennya.

Konsumsi dipandang dalam sosiologi bukan sebagai sekedar pemenuhan kebutuhan yang bersifat fisik dan biologis manusia tetapi berkaitan kepada aspek-aspek sosial budaya. Konsumsi berhubungan dengan masalah selera, identitas, atau gaya hidup. Sosiologi memandang selera sebagai sesuatu yang dapat berubah, difokuskan pada kualitas simbolik dari barang, dan tergantung pada persepsi tentang selera lain (Damsar, 1995 : 119).

1.2. Perumusan Masalah

Sebelum Maret 2009, di Payakumbuh tidak ada plaza Payakumbuh. Payakumbuh ada pasar tradisional dan pertokoan konvensional sebagai tempat pasar (*market place*), tetapi semenjak Maret 2009, Payakumbuh telah berada sebuah pasar modern, yang bernama Plaza Payakumbuh. Berdirinya tempat pasar modern ini membuat aktivitas berbelanja menjadi berbeda dengan sebelumnya. Aktivitas berbelanja tersebut berkaitan dengan perilaku konsumsi.

Pesatnya perkembangan pasar modern dan informasi tentang gaya hidup yang terjadi di kota-kota besar juga terjadi di kota Payakumbuh. Plaza Payakumbuh secara administratif terkesan seolah merupakan pasar modern yang

terdapat di kota Payakumbuh dan sekitarnya dengan memiliki ciri yang secara arsitektur bangunan dirancang tinggi dan megah yang memiliki lebih dari tiga lantai bersih, nyaman, mutu barang dapat dipertanggung jawabkan, waktu pembayaran yang cepat, dan mempunyai fasilitas yang lengkap. Dengan tampilan fisik yang modern, mewah dan nyaman. Orang berkunjung tidak hanya memenuhi kebutuhan terhadap suatu barang dan jasa, tetapi juga memanfaatkan waktu luang (*leisure activity*). Sementara dari sisi manajemen pasar dikelola secara profesional.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa Plaza Payakumbuh yang terdiri dari 4 lantai memiliki lantai dasar (*basement*) yang merupakan area tempat parkir dan lantai satu sampai lantai tiga ditempati oleh para pedagang dengan beranekaragam barang dagangannya. Lantai 1 plaza terdapat para pedagang yang berjualan produk-produk bermerek dan ditempati oleh para pedagang yang berjualan handphone, perhiasan, arloji, accessories, boneka, kaca mata, para pedagang baju (*fashion*), sepatu, dan kosmetik dan CFC (*California Fried Chicken*). Plaza ini didesain seperti branda yang memungkinkan pergi kelokasi pasar untuk *mejeng* saja. Lantai 2 terdapat perbelanjaan Ramayana dimana semua kebutuhan masyarakat dapat diperoleh di Plaza Payakumbuh dan juga adanya restoran *fast food*. Sedangkan dilantai 3 merupakan tempat perbelanjaan Ramayana yang menyediakan baju (*fashion*), sepatu dan juga tas. Dilantai tiga juga merupakan area hiburan bermain (*game*) seperti Time Zone 2000.

Berdasarkan hal tersebut diatas kemungkinan pengunjung yang datang ke lokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap

sesuatu barang atau jasa. Mereka ini adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di lokasi pasar. Sekarang (2010) ini dijumpai anak-anak muda yang datang pada lokasi pasar pada waktu-waktu tertentu seperti waktu bubar sekolah pada hari kerja atau sepanjang waktu pada akhir pekan. Kedatangan mereka pada lokasi pasar bukan bertujuan untuk membeli sesuatu, barang keperluan sekolah misalnya, tetapi hanya sekedar datang untuk melihat orang yang datang ke lokasi pasar dan untuk dilihat oleh orang yang datang kesana. Aktivitas ini dikenal sebagai *mejeng*. Walaupun mereka membeli sesuatu, biasanya yang dibeli adalah makanan. Kegiatan itu pun dalam rangka *mejeng*, yaitu mencoba menarik perhatian orang lain terhadap apa yang dilakukan, dimiliki dan ditampilkan. Pergi ke lokasi untuk memanfaatkan waktu luang bukan hanya dilakukan oleh anak-anak muda tetapi juga dilakukan oleh semua usia.

Dari observasi awal diketahui bahwa ada kecenderungan-kecenderungan berikut terjadi di Plaza Payakumbuh yaitu adanya kebutuhan nyata masyarakat Payakumbuh atas ruang-ruang publik (*public space*) untuk kegiatan rekreatif maupun kegiatan sosial, sebagai bagian dari gaya hidup modern. Konsekuensi atas semakin terbatasnya ruang-ruang publik, maka mall menjadi pilihan yang logis untuk beberapa alasan seperti kenyamanan (menghindari sengatan udara tropis dan guyuran hujan), kepraktisan dan efisiensi (mengurangi pergerakan didalam kota), keamanan (memenuhi kebutuhan psikologis untuk rasa aman) serta kepastian (menghindari praktek penipuan produk sebagaimana lazim terjadi pada pasar tradisional). Mall juga menggambarkan kebutuhan masyarakat perkotaan akan pengisian waktu senggang (*leisure time*) dalam konteks rekreatif. konsumen

tidak hanya membeli “barang” secara fisik, namun ia sekaligus dapat membeli kesenangan, trend, dan gengsi.

Berdasarkan observasi yang dilakukan dapat diidentifikasi beberapa perbedaan antara kondisi Plaza Payakumbuh dengan pasar tradisional. Hal tersebut tergambar pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1. Observasi Awal Perubahan Perilaku Konsumen antara Pasar Tradisional dengan Plaza Payakumbuh.

No	Kategori	Pasar Tradisional	Pasar Modern
1	Berbelanja	Konsumen menawar barang dan jasa yang ditawarkan, dengan harga sesuai dengan kemampuannya.	Konsumen melihat harga barang yang tercantum di barang harga tetap (<i>fixed price</i>).
2	Kebutuhan akan barang	Di pasar tradisional konsumen hanya memenuhi kebutuhan akan barang dan menikmati jasanya.	Konsumen cenderung mengikuti trend dalam berbelanja dibanding sekedar memenuhi kebutuhannya. Padahal ia bisa membeli barang kebutuhan pokok di pasar tradisional.
3	Tujuan	Konsumen datang kelokasi pasar tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang atau jasa.	Konsumen lokasi pasar bukan bertujuan untuk membeli sesuatu, barang keperluan sekolah misalnya, tetapi hanya sekedar datang untuk melihat orang yang datang kelokasi pasar dan untuk dilihat oleh orang yang datang kesana. Aktivitas ini dikenal sebagai <i>mejeng</i> .
4	Pedagang yang melayani ketika transaksi.	Pedagang langsung, ketika datang calon pembeli lain, dia ikut menawarkan kepada calon pembeli tersebut. Terkadang pedagang dengan pembeli sudah merasa akrab karena kenal, dan menjadi pelanggan akrab.	Konsumen dilayani oleh SPG (<i>Sales Promotion Girls</i>). Hubungan mereka hanya sebatas pelayan dan yang dilayani.
5	Parkir	Konsumen memarkirkan kendranya di depan toko.	Konsumen memarkirkan kendranya di basement.

Observasi Awal 2010

Hasil observasi awal ini hanya untuk memberikan gambaran tentang komparasi antara perilaku konsumen di pasar tradisional dengan modern. Pasar tradisional sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung dan disertai proses tawar-menawar. Berbeda dengan pasar modern antara penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum pada barang. Di pasar tradisional konsumen hanya memenuhi kebutuhan akan barang dan menikmati jasanya. Sedangkan, konsumen di pasar modern mengikuti trend berbelanja dibanding sekedar memenuhi kebutuhan. Namun, peneliti tidak ada membahas lebih jauh tentang itu, karena yang akan dijadikan fokus penelitian adalah tentang perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

Hasil observasi awal tersebut belum tentu benar, karena observasi hanya berlangsung sebentar, namun observasi awal ini dapat dijadikan pedoman melakukan penelitian. Peneliti perlu melakukan kembali observasi selanjutnya dimana peneliti ikut serta agar mendapatkan data yang valid. Dengan demikian yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah *bagaimana perilaku konsumen Pada Pasar Modern (Studi Terhadap Konsumen Plaza Payakumbuh)*.

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Umum

Adapun tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku konsumen pada pasar modern sejak keberadaan Plaza Payakumbuh.

1.3.2. Khusus

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.
- b. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Secara Akademis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan berharga atau referensi bagi mahasiswa dan pengembangan akademis.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini merupakan aplikasi dari bidang sosiologi yang dipelajari khususnya mengenai sosiologi pasar.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Perilaku Konsumen

Menurut Loing dalam Liliweri, perilaku merupakan suatu tindakan terhadap orang lain yang bisa diamati, bersifat umum, ekstrinsik dan keluar dalam bentuk nyata. Menurut Soekanto perilaku adalah cara bertingkah laku tertentu dalam situasi tertentu (Soerjono Soekanto, 1985 : 51). Ciri-ciri perilaku adalah :

1. Perilaku itu sendiri kasat mata, tetapi penyebabnya mungkin tidak bisa diamati secara langsung.
2. Perilaku mengenal adanya berbagai tindakan, ada perilaku sederhana dan steoatif seperti perilaku binatang satu sel. Ada juga perilaku yang kompleks

seperti perilaku sosial manusia, ada perilaku seperti reflek, tetapi juga melibatkan proses mental, fisiologis yang lebih tinggi.

3. Perilaku bervariasi menurut jenis-jenis tertentu, yang dapat diklasifikasikan, klasifikasi yang umum dikenal dengan kognitif, efektif dan psikomotorik, masing-masing merujuk pada yang bersifat rasional, emosional, dan gerakan fisik dalam bentuk perilaku.
4. Perilaku bisa disadari dan tidak disadari, walaupun sebagian besar perilaku sehari-hari kita sadari. Tetapi kadang kita bertanya pada diri sendiri kenapa perilaku kita demikian.

Menurut Parsons perilaku individu dapat dikembangkan kedalam sistem sosial dan hal ini dikaitkan dengan situasi dalam hal motif dalam nilai. Konsep perilaku individu mencakup beberapa elemen pokok, yaitu :

1. Individu sebagai aktor.
2. Aktor dipandang sebagai pemburu tujuan-tujuan tertentu.
3. Aktor mempunyai alternatif cara, alat, serta teknik untuk mencapai tujuan.
4. Aktor berhadapan dengan sejumlah kondisi situasional yang dapat membatasi tindakannya dalam mencapai tujuan. Kendala tersebut berupa situasi dan kondisi, sebagian ada yang tidak dapat dikendalikan oleh individu.
5. Aktor berada dibawah kendala-kendala nilai-nilai, norma-norma dan berbagai ide abstrak yang mempengaruhinya dalam memilih dan menentukan tujuan serta tindakan alternatif untuk mencapai tujuan (Ritzer, 1985 : 56-57).

Engel, Blackwell dan Winiard (1994), perilaku konsumen dipahami sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Sedangkan Adi Nugroho (2002) membatasi perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi, mendapatkan, penggunaan, atau mengatur barang-barang dan jasa. Definisi Engel menekankan pada tindakan, sedangkan Nugroho pada proses pengambilan keputusan. Tindakan atau aktivitas apa saja yang termasuk ke dalam suatu perilaku konsumen (Damsar, 2009 : 6.3)

Persamaan pandangan tentang tindakan atau aktivitas yang termasuk dalam perilaku konsumen adalah tindakan mendapatkan dan mengkonsumsi/penggunaan barang dan jasa merupakan aktivitas dan perilaku konsumen. Dengan kata lain semua tindakan membeli atau membangun rumah, mengenakan busana, memakai kosmetik, mengenakan asesoris, membeli perabotan rumah, menikmati musik, mendengarkan radio, menonton televisi, membeli kendaraan merupakan aktivitas perilaku konsumen, karena hal tersebut merupakan kegiatan mendapatkan, mengkonsumsi atau menggunakan barang dan jasa. Sedangkan perbedaannya, Engel melihat bahwa tindakan menghabiskan barang dan jasa merupakan aktivitas perilaku konsumen. Tindakan menghabiskan tersebut meliputi makan, minum, menggunakan waktu luang. Nugroho memasukkan dan mengatur barang-barang dan jasa sebagai aktivitas perilaku konsumen (Damsar, 2009 : 6.3).

1.5.2. Perspektif Sosiologis

Pembicaraan ini akan dimulai dengan memakai teori pertukaran yang dikemukakan oleh George C. Homans. Dia menyatakan bahwa individu dalam melakukan suatu tindakan tidak terjadi dengan begitu saja, akan tetapi telah melalui suatu pertimbangan. Pertimbangan individu itu sendiri dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Kedua sistem ini memiliki hubungan saling ketergantungan satu sama lain, sehingga apa bila terjadi perubahan dalam sebuah faktor maka akan mempengaruhi faktor lain.

Sistem eksternal yang timbul dari interaksi, kegiatan dan perasaan merupakan hal dari tuntutan-tuntutan yang diberikan kepada individu itu dari lingkungan atau strategi-strategi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan. Sedangkan sistem internal yang timbul dari interaksi, kegiatan dan perasaan merupakan hal dari dirinya untuk memenuhi dari kebutuhannya. Oleh karena itu perilaku manusia tidak dapat dengan baik apabila hanya dilihat dari refleksi luarnya saja, akan tetapi ada proses definisi subyektif antara stimulus dan respon (Johnson, 1990: 58).

Teori pertukaran perilaku George C. Homans tentang teori pertukaran sosial berlandaskan “prinsip transaksi ekonomi yang elementer”, yaitu orang yang menyediakan barang atau jasa sebagai imbalanya memperoleh barang atau jasa yang diinginkan, akan tetapi teori pertukaran sosial tidak selalu dapat diukur dengan nilai uang sebab dalam berbagai transaksi sosial dipertukarkan juga hal yang nyata dan tidak nyata (Poloma, 1987: 52). Homans mengambil tiga konsep yaitu biaya (*cost*), imbalan (*reward*) dan keuntungan (*profit*). Gambaran dasar

tentang perilaku individu oleh ilmu ekonomi adalah bahwa : manusia terus menerus terlibat dalam memilih antara perilaku-perilaku alternative (Johnson, 1990: 65). Homans bertumpu pada asumsi bahwa orang terlibat dalam perilaku untuk memperoleh ganjaran atau menghindari hukuman (Poloma, 1987: 65).

Konsep respon sangat berhubungan erat dengan *cost*, *reward*, dan *profit*, dimana hal ini sangat terlibat jelas dalam pelaksanaannya dalam suatu masyarakat. Jika keputusan untuk konsumsi memberikan *reward* dan *profit* kepada konsumen maka respon akan diberikan oleh konsumen, jika tidak diimbangi dengan *reward/profit* yang di dapat dari keputusan untuk melakukan konsumsi di Plaza Payakumbuh tersebut, maka Plaza Payakumbuh tidak akan mendapatkan respon yang baik dari konsumen.

Homans menunjukkan bahwa proses perubahan di atas dapat disederhanakan menjadi suatu sistem yang dapat dilihat dalam poin berikut :

1. Makin tinggi ganjaran (*reward*) yang diperoleh makin besar kemungkinan suatu tingkah laku akan di ulang.
2. Demikian juga sebaliknya, makin tinggi biaya atau ancaman hukuman (*punishment*) yang akan diperoleh makin kecil kemungkinan tingkah laku yang serupa akan di ulang.
3. Adanya hubungan berantai antara berbagai stimulus dan antara berbagai tanggapan (Ritzer, 1992: 92).

Dari asumsi diatas terlihat jelas bahwa individu akan melibatkan dirinya apabila dia memperoleh ganjaran (keuntungan) atau menghindar apabila dia memperoleh hukuman atas apa yang diberikannya. Demikian juga dengan

perilaku dan respon konsumen terhadap kegiatan konsumsi pada Plaza Payakumbuh, dimana respon yang akan diberikan konsumen tergantung dari sejauhmana kegiatan konsumsi yang mereka lakukan.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Pendekatan Dan Tipe Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu sebuah metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang menganalisis data berupa kata-kata dan perbuatan manusia dengan cara interpretasi. Data tersebut terdiri dari pembicaraan-pembicaraan orang atau data lisan, tulisan-tulisan dan berbagai isyarat yang diekspresikan oleh informan yang diteliti. (Afrizal, 2005 : 8).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif karena realita sosial dipahami sebagai realita yang subjektif dan intersubjektif. Realita sosial yang dipahami sebagai realita yang dibangun oleh manusia. Peneliti pun ikut mendesain, membangun realita sosial dan situasi penelitian (Creswell, 1994 : 4, Afrizal, 2005 : 20-21). Disamping itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena informan yang hendak dikumpulkan memerlukan metode kualitatif, dimana informan itu berupa makna tentang sesuatu dan konteks sosial makna tersebut atau bagaimana manusia memperoleh makna itu (Silverman, 1985 : 101-106). Mengungkapkan pengalaman orang tentang sesuatu, pengetahuan budaya manusia dan bagaimana manusia menggunakan pengetahuan tentang budaya tersebut (Spradley, 1997 : 5-38), dan proses terjadinya sesuatu dan kaitanya dengan lingkungan sosial kejadian tersebut (Afrizal, 2005 : 21).

Menurut Bogdan dan Taylor seperti yang dikutip oleh Moleong, metodologi kualitatif diartikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan yang dapat diamati dan diarahkan pada latar belakang individu secara holistik (Moleong, 2001:3).

Pendekatan penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan yang sifatnya mendalami bukan melebar. Alasan peneliti memilih pendekatan kualitatif ini adalah karena pendekatan ini dipandang handal dalam menentukan definisi situasi dan gejala sosial dari subyek. Hal ini tidak hanya mencakup perilaku yang tampak akan tetapi juga nilai, keyakinan, motivasi, persepsi dan interpretasi subyek tentang realitas dan bagaimana hal ini dipengaruhi.

Kelebihan-kelebihan dalam pendekatan kualitatif ini terutama mendalami dan untuk mendapatkan hasil yang baik sesuai dengan tujuan penelitian. Ketajamannya sangat membantu penelitian yang dilakukan agar diperoleh informasi yang diinginkan yaitu bagaimana perubahan perilaku konsumen sejak adanya Plaza Payakumbuh. Penelitian ini pada hakekatnya adalah mengamati orang lain dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka berusaha memahami bahasa dan tafsiran tentang dunia sekitarnya.

Dengan metode ini peneliti, peneliti diberikan kemudahan untuk merubah permasalahan penelitian apabila pada saat dilapangan ditemukan berbagai kendala atau mungkin keadaan yang tidak sesuai dengan permasalahan penelitian yang ingin dilakukan, namun hal ini tidak mungkin mengubah keilmiahan dari hasil penelitian ini nantinya.

1.6.2. Teknik Pemilihan Informan

Dalam upaya memperoleh data yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian maka pengumpulan data dilakukan dengan menentukan sejumlah informan. Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya atau orang lain atau suatu kejadian kepada peneliti (Afrizal,2005:65).

Teknik pemilihan informan dengan menggunakan teknik penarikan sampel secara kebetulan (*accidental sampling*). Sesuai dengan namanya pengambilan sampel dilakukan peneliti dengan memilih informan yang kebutuhan terdekat denganya atau yang dijumpainya pertama kali yang langsung mewawancarai kepada orang berikutnya sampai cukup jumlah yang diperlukan. Pemilihan informan diperkirakan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Informan penelitian ini adalah 17 konsumen Plaza Payakumbuh

1.6.3. Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi dan wawancara.

1. Observasi

Observasi merupakan metode paling dasar memperoleh informasi tentang dunia sekitar. Data observasi berupa data data faktual, cermat dan terperinci, tentang keadaan dilapangan, kegiatan, manusia dan situasi sosial serta konteks dimana kegiatan itu terjadi. Dalam Nasution (2003 :106) observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kelakuan manusia yang dalam kenyataan.

Pada penelitian ini observasi dilakukan untuk memperoleh data lapangan dengan jalan peneliti terjun langsung ke lapangan dan mengamati serta mendengar apa-apa yang terjadi menyangkut informan yang diteliti. Observasi partisipan melalui partisipasi sebagai pengunjung, pelanggan, dan pembeli di Plaza Payakumbuh, serta peneliti dapat mengamati sendiri kegiatan-kegiatan yang terjadi di Plaza Payakumbuh secara langsung. Pengamatan memungkinkan pengamat untuk melihat dunia sebagai yang melihat subjek penelitian, pengamatan memungkinkan pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama, baik itu dari pihaknya maupun dari pihak subjek (Moleong, 1990:4-8).

Observasi yang digunakan adalah *Participant As Observation*, yaitu penelitian memberitahukan maksudnya kepada kelompok yang akan diteliti (Ritzer, 1990:74). Ada beberapa alasan digunakannya observasi sebagai teknik pengumpulan data sebagai yang dikutip Moleong dan Lincoln dan Guba sebagai berikut :

- a. Teknik pengamatan berdasarkan atas pengamatan secara langsung.
- b. Teknik pengamatan memungkinkan melihat, mengawasi sendiri, mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.
- c. Memungkinkan penelitian mencatat peristiwa langsung dari data.
- d. Menghilangkan keraguan terhadap hasil wawancara.
- e. Memungkinkan peneliti memahami situasi-situasi rumit.
- f. Pada situasi khusus tersebut tidak memungkinkan komunikasi lain.

Instrument penelitian adalah peneliti sendiri karena dalam penelitian, peneliti bertindak sebagai perencana, pelaksanaan pengumpulan data, analisis, penafsiran data, dan pada akhirnya melaporkan hasil penelitiannya.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara pewawancara (*interviewer*) dengan informan. Untuk mendapatkan data dilapangan, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) yaitu wawancara informal antara pewawancara dengan informan yang dilakukan berulang-ulang (Afrizal, 2005: 69). Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak berstruktur, artinya peneliti tidak melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dan dibuat sebelumnya tapi bisa didetilkan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara (Afrizal, 2005: 16).

Sumber utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata tindakan selanjutnya adalah data-data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yaitu:

1. Data Primer, yaitu data yang di dapat melalui observasi dan wawancara, data yang dikumpulkan melalui wawancara adalah data alasan konsumen mengunjungi Plaza Payakumbuh. Dalam penelitian ini data di ambil melalui wawancara adalah data perilaku konsumen mengunjungi Plaza Payakumbuh.
2. Data Sekunder, adalah data pendukung yang diperoleh oleh pihak lain dan diolah lebih lanjut serta disajikan oleh pengumpulan data primer atau pihak lain. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, yaitu

mempelajari bahan-bahan tertulis, buku, skripsi, jurnal, artikel, photo-photo, bahan yang mempunyai relevansi dengan permasalahan, dan tentang profil perusahaan.

1.6.4. Teknik dan Proses Penelitian

Pada bulan Desember 2009, peneliti bimbingan mengenai topik proposal penelitian ke pembimbing I dan dilanjutkan dengan pembuatan TOR penelitian. Pada 6 Januari 2010 SK pembimbing II skripsi keluar. Setelah keluar SK tersebut peneliti langsung berkonsultasi dengan pembimbing, akan tetapi sebelum peneliti memasukkan proposal terlebih dahulu peneliti telah melakukan survei awal. Peneliti mendatangi bagian kantor pemasaran Plaza Payakumbuh yaitu PT. Minang Indo Perkasa. Disana peneliti bertemu dengan Manager Operasional Plaza Payakumbuh yaitu bapak Amri Hafif. Selain itu peneliti juga bertemu dengan Staff Plaza Payakumbuh lainnya. Kedatangan peneliti hanya sebagai pengenalan dan memberi tahu maksud peneliti datang ke Plaza Payakumbuh. Manager Operasional Plaza Payakumbuh memberikan penjelasan tentang Plaza secara umum. Selain itu, juga memberikan saran hari yang bagus untuk melakukan penelitian di Plaza Payakumbuh. Pada saat bimbingan berlangsung peneliti banyak diberi masukan dari pembimbing untuk kesempurnaan dalam penelitian.

Setelah melakukan banyak perbaikan akhirnya peneliti mengikuti ujian seminar proposal pada tanggal 19 Mei 2010. Penelitian dilakukan setelah peneliti memperbaiki proposal yang diberikan oleh penguji-penguji dalam seminar proposal. Sebelum melakukan penelitian terlebih dahulu, peneliti dahulu harus memperoleh izin kembali untuk melakukan penelitian di Plaza Payakumbuh, surat

itu penulis peroleh pada tanggal 25 Mei 2010 dan peneliti mulai turun ke lapangan. Pada awalnya peneliti mengobservasi terlebih dahulu bagaimana perilaku konsumen pada pasar modern yang menjadi informan dalam penelitian yaitu perilaku ketika makan, belanja, pacaran, jalan-jalan dan main game.

Sebelum melakukan wawancara, tanggal 29 Mei 2010 peneliti terlebih dahulu memberikan surat izin untuk melakukan penelitian di Plaza Payakumbuh. Surat ini diberikan kepada Kantor pemasaran Plaza Payakumbuh. Penelitian hanya di lakukan di lantai dua dan tiga yang *fixed price* yaitu Ramayana. Oleh karena itu pihak PT. Indo Minang Perkasa membuat surat izin untuk peneliti melakukan penelitian di Ramayana dan izin pengambilan foto untuk kelengkapan tugas. Surat ini diberikan ke pada Store Manager Ramayana Plaza Payakumbuh.

Setelah itu peneliti mulai melakukan wawancara dengan konsumen Plaza Payakumbuh khususnya konsumen di Ramayana Payakumbuh dengan Manager Plaza Payakumbuh. Pemilihan informan dengan melihat konsumen yang cocok dijadikan informan, yaitu informan yang sedang melakukan aktivitas konsumsi. Informan peneliti pilih hanya secara kebetulan. Peneliti meminta izin ke pada konsumen untuk kesediaan diwawancara dengan perkenalan terlebih dahulu dan menyampaikan maksud melakukan wawancara. Peneliti meminta izin kepada konsumen tersebut untuk merekam hasil wawancara dengan menggunakan Hp dan mengobservasi perilaku konsumen tersebut. Peneliti meminta kesediaan informan untuk di foto. Wawancara dilakukan ketika konsumen setelah melakukan aktivitas konsumsi karena peneliti takut nantinya akan mengganggu aktivitas konsumen

tersebut dan ada juga wawancara yang dilakukan di tempat main game, serta di rumah konsumen.

Wawancara dilakukan berdasarkan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara berjalan bebas dan tidak terstruktur sesuai dengan urutan yang telah ditentukan. Tetapi, pada awal wawancara peneliti fokus pertanyaan yang akan diajukan kepada informan adalah alasan informan melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh dan tentang perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi. Untuk mempermudah peneliti melakukan wawancara, peneliti menggunakan Hp untuk merekam.

Dalam penelitian ini, adapun kendala yang peneliti hadapi dilapangan adalah sulitnya mewawancarai konsumen, dikarenakan mereka tidak punya waktu untuk diwawancarai. Selain itu, informan menolak untuk tidak difoto karena malu, akhirnya peneliti pun memenuhi permintaan informan. Walaupun demikian semua kendala tersebut dapat peneliti atasi dengan memberi penjelasan dan memberi pendekatan dengan cara meminta waktu untuk diwawancarai dan juga meminta izin untuk peneliti mendatangi rumahnya.

1.6.5. Unit Analisis

Dalam penelitian unit analisis berguna untuk memfokuskan kajian dalam penelitian yang dilakukan, dengan kata lain subyek yang diteliti ditentukan kriterianya sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah konsumen yang frekuensinya lebih sering mengunjungi Plaza Payakumbuh. Untuk memperoleh data yang valid maka salah satu teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik triangulasi yang

berarti segitiga. Menurut teknik triangulasi, data informan mestilah dikumpulkan dari sumber-sumber yang berbeda agar tidak bias sebuah kelompok (Afrizal, 2005:62). Maka yang menjadi unit analisis tambahan dalam penelitian ini adalah dari pihak yang bekerja di Plaza Payakumbuh yaitu Manager Plaza dan Ramayana Plaza Payakumbuh

1.6.6. Analisa Data

Analisis data adalah pengujian sistematis terhadap data untuk menentukan bagian-bagiannya, hubungan diantara bagian-bagian, serta hubungan bagian-bagian itu dengan keseluruhannya dengan cara mengkategorikan data dan mencari hubungan antara kategori (Afrizal, 2005; 53).

Data yang didapatkan dari penelitian ini menggambarkan pendekatan kualitatif dengan berupa analisa dengan membuat penggambaran yang diharapkan mampu memberikan suatu penjelasan konkrit terhadap masalah atau kasus yang diteliti. Analisis penelitian ini adalah memperoleh penjelasan sesuai dengan permasalahan penelitian yaitu perubahan perilaku konsumen sejak adanya Plaza Payakumbuh. Aktivitas yang dilakukan seorang peneliti dalam menganalisis data dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Analisa data dilakukan semenjak penelitian dimulai hingga akhir penelitian ini dilakukan. Analisa data dilakukan secara bertahap baik dari hasil yang didapatkan dari wawancara maupun dari data sekunder, setelah hasil wawancara terkumpul, peneliti langsung mengetik hasil wawancara yang didapatkan. Hal ini, dilakukan supaya hasil wawancara yang belum sempat tercatat dapat diingat kembali diketik, peneliti edit kembali hasil tersebut dan memasukkannya kedalam

klasifikasinya atau kelompoknya. Setelah semua hasil wawancara selesai peneliti memasukkan kedalam klasifikasi barulah peneliti print dan peneliti kemudian menemui pembimbing untuk mendiskusikan hasil penelitian tersebut. Mendiskusikan kembali hal-hal yang perlu dilakukan untuk mendapatkan penjelasan yang lebih konkrit. Hal itu dilakukan terus menerus sampai data yang ingin tercapai terpenuhi secara sistematis sehingga dapat memberikan gambaran dari kesimpulan penelitian.

Data yang diperoleh dari informan maupun dari kumpulan dokumen dianalisis etik yaitu peneliti menggunakan konsep-konsep yang dibangun oleh ahli untuk menjelaskan sesuatu dalam bagian studi pustaka, di samping itu juga dilakukan analisis emik yaitu ungkapan yang disampaikan oleh informan berupa pendapat atau informasi menurut pandangannya sendiri (Afrizal, 2005; 60-61).

Analisa data dilakukan secara terus menerus selama penelitian ini berlangsung, dimulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan data. Hal ini dilakukan karena aktivitas tersebut akan membantu peneliti untuk mendapatkan data yang berkualitas.

Untuk mendapatkan data yang valid, maka langkah selanjutnya yang dapat dilakukan adalah dengan teknik triangulasi. Triangulasi berarti segitiga. Menurut teknik triangulasi, informasi mestilah dikumpulkan dari sumber-sumber yang berbeda agar tidak bias sebuah kelompok. Triangulasi berarti adanya informan-informan yang berbeda atau adanya sumber data yang berbeda (Afrizal, 2005 : 62).

1.6.7. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di kota Payakumbuh tepatnya di Plaza Payakumbuh lantai 2 dan 3. Lokasi ini dipilih karena Plaza Payakumbuh yang secara administratif terkesan seolah merupakan pasar modern di kota Payakumbuh sekitarnya, dimana dilantai dua dan tiga ini terdapat Ramayana yang *fixed price* saja. dan pusat permainan yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku konsumen disaat berkunjung.

1.6.8. Definisi Konsep

- Plaza adalah pusat perbelanjaan yang secara arsitektur bangunan dirancang tinggi, memiliki lebih dari tiga lantai, pada umumnya dibangun dengan pilihan lokasi pusat kota.
- Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Bahkan kebanyakan fenomena ekonomi berhubungan dengan pasar. Pasar juga merupakan salah satu penggerak utama dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang (Damsar, 1995 : 83).
- Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Damsar, 2009 : 6.3).
- Konsumsi adalah suatu cara seseorang menggunakan atau memakai suatu barang atau menghabiskannya, yaitu :

- a) Orang yang menerima , menikmati dan menggunakan suatu barang atau produksi.
- b) Setiap pengguna barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk memproduksi barang atau jasa lain atau memperdagangkannya kembali.

1.6.9. Jadwal Penelitian

Tabel 1.2.
Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Tahun 2009/ 2010									
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags	
1.	Survei Awal										
2.	Mengajukan Proposal										
3.	Rapat Jurusan										
4.	Keluar SK Pembimbing										
5.	Proses Bimbingan										
6.	Seminar Proposal										
7.	Turun Lapangan										
9.	Mendaftar Ujian Skripsi										
10	Ujian Skripsi										

BAB II

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

2.1. Gambaran Umum Kota Payakumbuh

Pembentukan Pemerintahan Daerah Tingkat II Payakumbuh berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1956 yang menetapkan Payakumbuh sebagai kota kecil. Kemudian berdasarkan peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 8 tahun 1970 tanggal 17 Desember 1970 ditetapkan Kota Payakumbuh menjadi daerah Otonom Pemerintah Daerah Tingkat II Kota Payakumbuh.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1975 wilayah kotamadya Payakumbuh secara administrasi terdiri atas 3 wilayah kecamatan dengan 73 Kelurahan. Ketiga kecamatan itu adalah kecamatan Payakumbuh Barat yang memiliki 31 kelurahan, kecamatan Payakumbuh Utara 28 kelurahan dan Kecamatan Payakumbuh Timur 14 Kelurahan. Kelurahan ini dulunya merupakan penjelmaan dari jorong yang terdapat di tujuh kenagarian di Payakumbuh.

Pada Tahun tahun 2008 diadakan pemekaran wilayah kecamatan, sehingga Kota Payakumbuh memiliki 5 wilayah kecamatan. dengan 76 wilayah kelurahan. Adapun wilayah kecamatan yang baru adalah Kecamatan Lamposi Tigo Nagori dan Kecamatan Payakumbuh Selatan. Kecamatan Payakumbuh Barat terdiri dari 22 kelurahan dan dalam Kanagarian Koto Nan IV, Kecamatan Payakumbuh Timur terdiri dari 14 Kelurahan dan dalam Kanagarian Air Tabit, Kanagarian Payobasuang dan Kanagarian Tiakar, Kecamatan Payakumbuh Utara terdiri dari 25 kelurahan dan dalam Kanagarian Koto Nan Gadang, Kecamatan Payakumbuh

Selatan terdiri dari 9 kelurahan dan dalam Kanagarian Limbukan dan Kanagarian Aur Kuning, Kecamatan Lamposi Tigo Nagori terdiri dari 6 kelurahan dan dalam Kanagarian lampasi. Sebelumnya kanagarian juga bertambah menjadi Delapan Nagari yaitu Nagari Limbukan

Secara geografis Kota Payakumbuh terletak pada posisi $00^{\circ}10'$ sampai dengan $00^{\circ}17' LS$ dan $100^{\circ}35'$ sampai dengan $100^{\circ}48' BT$. Tercatat memiliki luas wilayah $\pm 80,43 \text{ Km}^2$ atau setara dengan 0,19 % dari luas propinsi Sumatera Barat dan berbatasan langsung dengan lima kecamatan di Kabupaten Limah Puluh Kota.

Keadaan topografi Kota Payakumbuh bervariasi antara daratan dan berbukit dengan ketinggian 513 meter diatas permukaan laut. Suhu udara rata-rata 26° Celsius dengan kelembaban udara berkisar antara 45 % sampai dengan 50 %.

Bila dilihat dari segi penggunaan lahan 34,5 % lahan di kota Payakumbuh merupakan lahan sawah, dan sisanya 5,5 % berupa lahan kering. Lahan kering ini sebagian besar 32,6 % untuk lahan bangunan dan halaman, dan 32,4 % dimanfaatkan untuk usaha pertanian, serta sisanya berupa lahan untuk hutan Negara, dan lain-lain.

Letak Kota Payakumbuh sangat strategis bisa dilihat dari segi lalu lintas angkutan Sumbar-Riau. Kota Payakumbuh merupakan pintu gerbang masuk dari arah Pekanbaru menuju kota-kota penting di Propinsi Sumatera Barat. Berbagai jenis angkutan penumpang dan barang sangat ramai melewati kota ini pada waktu siang maupun pada malam hari. Jarak kota Payakumbuh ke kota Pekanbaru 188 km dan dapat ditempuh selama $\pm 4,5$ jam perjalanan dengan angkutan pribadi,

sedangkan jarak ke kota Padang sejauh 124 km, dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi selama $\pm 2,5$ jam perjalanan.

2.2. Gambaran Plaza Payakumbuh

Sejarah berdirinya Plaza Payakumbuh di latarbelakangi oleh kegiatan orang Minang yang merantau yang mempunyai kemampuan untuk berusaha di daerah Sumatera Barat. Salah satunya adalah Bapak H. Syamsuddin. Akhirnya dia ingin membangun di Sumatera Barat. Pertama buka Rocky Plaza Hotel dengan konsep hotel bersebelahan dengan pusat perbelanjaan. Bapak H. Syamsuddin ini selain memiliki Rocky Plaza Hotel juga memiliki Plaza Payakumbuh. Setelah itu dia ingin mengembangkan pembangunan di wilayah lain di Sumatera Barat. Tujuannya yaitu untuk memajukan kota Payakumbuh. Salah satunya yang berminat dengan konsep beliau adalah Walikota Payakumbuh, maka dibuat kerja sama dengan Pemerintah Kota Payakumbuh untuk pemabangunan Plaza Payakumbuh.

Plaza Payakumbuh didirikan pada tanggal 29 Februari 2008 dengan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) No. 648.75/Wk-Pyk/2008 yang dikeluarkan oleh Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan (DTRTB) Kota Payakumbuh. Peletakan batu pertama pada tanggal 5 Maret 2008. H. Syamsudin merupakan pendiri Plaza Payakumbuh, dimana ia seorang Direktur Utama PT. Minang Indo Perkasa yang berpusat di Padang.

Proses perencanaan Pembangunan Plaza Payakumbuh ini merupakan kerja sama Pemerintah Kota Payakumbuh dengan PT. Minang Indo Perkasa. Dimana PT. Minang Indo Perkasa adalah pihak yang membangun sebuah bangunan di atas tanah seluas lebih kurang 4.095 m^2 (lebih kurang empat ribu dua meter persegi)

yang dibangun di atas tanah milik Pemerintah Kota Payakumbuh yang terletak di Kota Payakumbuh, Kecamatan Payakumbuh Utara, Kelurahan Koto Baru, Jalan Sudirman No. 17 Perlintasan Utama. Berdasarkan perjanjian kerja sama antara Pemerintah Kota Payakumbuh dengan PT. Minang Indo Perkasa. Pembukaan Plaza Payakumbuh pertama pada tanggal 25 Maret 2009. Adapun penggunaan bangunan Plaza Andalas antara lain: Pusat Perbelanjaan, Departement Store, Supermarket, Mainan anak-anak, Pertokoan.

PT. Minang Indo Perkasa diberi hak pengelolaan gedung selama 30 tahun (BOD) mulai dari tahun 2009-2039. Setelah itu lahan dan gedung akan dikembalikan ke Pemerintah Kota Payakumbuh. Pembangunan Plaza Payakumbuh dengan sistem pelayanan satu pintu artinya untuk pengurusan seluruh dan keperluan administrasi pembangunan melalui satu pintu yaitu Biro Perekonomian Pemerintah Kota Payakumbuh. Sebagai fasilitas yang diberikan oleh Pemerintah Kota Payakumbuh kepada investor yang mengembangkan Kota Payakumbuh. Investor mendapatkan fasilitas untuk mengkoordinasikan ke team-team di Pemerintah guna pembangunan Plaza Payakumbuh. Total investasi pembangunan Plaza Payakumbuh diperkirakan kurang lebih Rp 45 Milyar.

Bangunan Plaza Andalas terdiri dari 4 (lima) lantai yaitu:

1. Lantai Basement dengan luas lebih kurang 4095 m² yang digunakan untuk:
 - a. Lapangan Parkir



b. Pos Parkir



c. Foodcourt



c. Ruang Kubikel

d. Ruang AHU

e. Ruang Genset

f. Gudang

g. Water Tanks

2. Lantai Satu dengan luas lebih kurang 4.095 m² yang digunakan untuk :

a. Pertokoan sebanyak 96 unit

b. Texas Chicken



b. Mushalla

c. Toilet

3. Lantai Dua dengan luas lebih kurang 4.095 m² yang digunakan untuk:

a. Departement Store : Pakaian jadi, pakaian pria dewasa (baju batik, celana panjang)



- b. Supermarket : kebutuhan rumah tangga (perlengkapan mandi, buah-buahan, alat tidur)



- c. Fastfood



- d. Gudang

- e. Utilitas (Ruangan administrasi penyimpanan barang)

- f. Toilet Khusus Pelanggan.

4. Lantai Tiga dengan luas lebih kurang 4.095 m² yang digunakan untuk:

- a. epartement Store (pakaian wanita, anak-anak dan sepatu)



- b. Arena bermain time zone 2000



- c. Ruang istirahat dan makan karyawan
- d. Gudang
- e. Utilitas
- f. Mushalla dan Toilet Khusus Karyawan

Dan juga bangunan parkir dimana kapasitas parkir roda 4 sebesar 60 unit dan roda 2 sebesar 200 unit yang disediakan dihalaman Plaza Andalas dan dapat memanfaatkan jalur lambat Jalan Sudirman.

2.2.1. Sarana dan Prasarana Plaza Payakumbuh

a. Jaringan Listrik

Untuk keperluan penerangan dalam bangunan maupun luar bangunan menggunakan sumber energi listrik dari PLN sebesar 345.000 Watt dan dari cadangan tenaga generator/genset sebesar 600.000 Watt. Untuk mengurangi suara bising yang ditimbulkan genset saat beroperasi diantisipasi dengan memasang peredam serta memasang cerobong asap sampai ketinggian top floor.

b. Jaringan Air Bersih

Penyediaan air bersih akan memanfaatkan suplai dari PDAM dan dari sumur bor.

c. Jaringan Air Kotor

Jaringan air kotor / hujan menggunakan PVC dengan diameter sesuai kebutuhan kapasitas masing-masing. Jaringan air kotor dihubungkan ke saluran Riol Kota dengan Drainase yang direncanakan dengan dimensi sesuai kebutuhan.

d. Jaringan Limbah

Pembuangan limbah dapat dibedakan menjadi tiga yaitu limbah cair, limbah padat dan limbah gas. Limbah cair sebelum dibuang ke riol kota terlebih dahulu diolah dalam instalasi pengolahan limbah (STP). Untuk pembuangan limbah padat dilakukan dengan pengumpulan sampah ke Tempat Pembuangan Sampah (TPS) berbentuk container / dump truck dan selanjutnya dibuang ke Tempat Pembuangan Sampah Akhir (TPA). Sedangkan untuk limbah gas yang dihasilkan dari pengoperasian genset diantisipasi dengan membuat satu unit cerobong asap sampai ke top floor yang dilengkapi dengan peredam.

e. Pengamanan Kebakaran dan Petir

Sistem pengamana kebakaran yang direncanakan adalah sistem pendeteksian dengan Hydrant serta Portable fire Etinguisher. Sedangkan untuk sistem penangkal petir yang digunakan adalah dengan sistem EF Lighting Terminal.

f. Mekanikal Elektrikal

Mekanikal Elektrikal meliputi instalasi listrik, instalasi AC, jaringan pipa, escalator dan jaringan telephone direncanakan dengan sistem kabel terbuka.

g. Area Parkir / Bongkar Muat

Parkir kendaraan pengunjung disediakan cukup luas berada di basement maupun menampung 60 buah roda 4 dan 200 buah sepeda motor, sehingga perbandingan luas bangunan terhadap kebutuhan parkir adalah: $5000 : 60 = 80$ artinya setiap 80 m^2 lantai bangunan disediakan 1 buah mobil. Standar parkir Pusat Perbelanjaan yang ada untuk kota besar 1 mobil dibandingkan 80 m^2 . dengan penyediaan parkir diatas maka kapasitas parkir mampu untuk

menampung perkembangan beberapa tahun mendatang. Dinamika pergerakan kendaraan keluar masuk pada parkir semi basement dengan sistem *single gale*, dimana pintu masuk dan keluar kendaraan berbeda. Hal ini untuk mengantisipasi terjadinya kemacetan lalu lintas dalam area parkir.

Khusus untuk area bongkar muat yang berada di basement direncanakan ada satu di kiri bangunan namun dengan mempertimbangkan besarnya efektif kendaraan sehingga tidak terjadi kemacetan lalu lintas. Untuk sirkulasi barang telah direncanakan dengan penyediaan area bongkar muat secara khusus (tidak bercampur dengan area parkir kendaraan), hal ini untuk mengantisipasi apabila terjadi bersamaan kedatangan barang-barang, kegiatan bongkar muat tetap berjalan normal dan untuk pengangkutan barang ke tiap lantai telah direncanakan dengan menggunakan lift barang.

1.2.2. Keluar dan Masuk Pengunjung

Sirkulasi kendaraan roda empat masuk ke Basement lewat pintu sebelah timur keluar sebelah selatan dimaksudkan untuk menghindari kemacetan yang tidak perlu. Sirkulasi pengunjung dari bangunan direncanakan sebagai berikut:

- a. Pengunjung dari kawasan di sekitar Pusat Perbelanjaan melalui pintu utama/depan diperuntukkan bagi pengunjung pejalan kaki, pengunjung dengan kendaraan roda 2 dan roda 4. Untuk pengunjung dengan kendaraan roda 2 dan roda 4 dapat langsung parkir basement.
- b. Pencapaian ke dalam bangunan dari basement dengan menggunakan tenaga konvensional.

- c. Pengunjung dengan menggunakan kendaraan umum (bus kota/angkot), dapat duduk di halte kemudian pencapaian ke bangunan Pusat Perbelanjaan melalui pintu pagar langsung ke pintu depan juga dapat dicapai dari pintu utama depan.

Sirkulasi horizontal pengunjung dalam ruangan direncanakan dengan space yang bervariasi ukurannya, hal ini menyesuaikan dengan kebutuhan dari area yang tersedia dengan tidak mengurangi kenyamanan pengunjung, sedangkan untuk sirkulasi vertikal dengan menggunakan Escalator dan Tangga konvensional.

2.2.3. Konsep dan Tujuan Plaza Payakumbuh Sebagai Taman Rekreasi Berbelanja

Kota Payakumbuh merupakan kota transit yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan. Pusat perbelanjaan terpadu Plaza Payakumbuh dan tujuan pengembangan fasilitas Kota Payakumbuh itu sendiri. Pengembangan sebuah kota itu sebaiknya memiliki pusat perbelanjaan modern, karena pola masyarakat Payakumbuh saat ini sudah terbiasa berbelanja dengan pola pusat perbelanjaan terpadu.

Dengan tempat parkir yang luas dan nyaman, eksterior dan interior yang bagus, koridor (ruang tempat berjalan yang luas dan nyaman, udara yang nyaman (pendingin udara yang baik), musik yang diperdengarkan, kamar mandi yang bersih dan tersedia di tempat yang strategis, adanya fasilitas costumer service, tersedia mushallah, harga yang ditawarkan relative murah, tempat makan (foodcourt) yang lengkap, adanyan tempat hiburan (Time Zone 2000), keamanan yang baik, kebersihan yang baik, penempatan fasilitas tangga berjalan, pelayanan

yang ramah rapi dan memuaskan, adanya discount khusus. Pola masyarakat Payakumbuh sudah terbiasa dengan fasilitas seperti itu. Berbelanja disuatu tempat semua kebutuhan terpenuhi.

a. Penunjang Pariwisata Daerah

Sebagai objek pelengkap wisata yang ada didaerah sehingga menjadi suatu tujuan alternative, dimana diharapkan akan dikunjungi oleh keluarga yang sedang berliburan, kerja atau berkunjung kesuatu kota. Lokasi Plaza Payakumbuh relative mudah dijangkau karena berada di pusat perbelanjaan atau dekat dengan pusat kota.

a. Penyedia Berbagai Aneka Ragam Permainan Rekreasi

Plaza Payakumbuh menyediakan aneka ragam permainan rekreasi berupa permainan rekreasi untuk anak-anak dan orang dewasa.

b. Konsep Operasional yang Sehat dan Modern.

Taman rekreasi keluarga ini harus dapat menyajikan suasana yang sehat yaitu suasana yang terang, bebas asap rokok, bersih dan pelayanan yang memuaskan. Ikut memperhatikan etika pelayanan masyarakat umum seperti larangan anak-anak yang merokok atau anak sekolah yang masih memakai pakaian seragam sekolah tidak diperbolehkan bermain.

c. Pengembangan dan Pelatihan Tenaga Kerja.

Pelatihan tenaga kerja dalam rangka pengembangan sumber daya manusia dan industri untuk menjadi tenaga kerja pelopor yang menguasai konsep costumer service. Secara umum Plaza Payakumbuh di adakan untuk melayani seruruh konsumen Indonesia untuk tempat wisata berbelanja

yang mendidik seperti bermain di Time Zone, tempat yang baik, sehat, nyaman untuk berkunjung.

2.2.4. Peranan Plaza Payakumbuh

a. Dalam Kehidupan Sosial dan Pendidikan

Sejauh ini Plaza Payakumbuh tidak terlibat langsung dengan pendidikan, tetapi Plaza Payakumbuh memberikan peluang untuk Praktek Kerja Lapangan untuk anak SMK. Mahasiswa yang melakukan penelitian untuk tugas akhir. SPG diberi pelatihan sebelum masuk kerja selama 3-6 bulan OJT (On Job Training).

b. Dalam Kehidupan Ekonomi

Plaza Paykumbuh membuka lapangan pekerjaan sehingga dapat memperkerjakan tenaga kerja potensial di payakumbuh dan akhirnya dapat membantu. Keberadaan Plaza Payakumbuh mengurangi tingkat pengangguran di Kota Payakumbuh dan 50 Kota. Untuk karyawan Ramayana 300 orang. 400 orang tenaga kerja aktif dan pasif di Plaza Payakumbuh, seperti masyarakat Payakumbuh yang punya skill. 99% tenaga kerja di Plaza Payakumbuh adalah masyarakat Payakumbuh. ini merupakan perjanjian dengan Walikota Payakumbuh, bahwa tenaga kerja Plaza Payakumbuh mengusahakan masyarakat Payakumbuh.

c. Dalam Pembangunan Bangsa

Dengan bergulirnya otonomi daerah maka Plaza Payakumbuh adalah salah satu Perusahaan yang telah menjadi mitra Pemerintah Payakumbuh dalam memajukan pembangunan bangsa. Adapun alasan-alasannya adalah :

- a. Plaza Payakumbuh secara langsung dapat memberikan kontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD).
- b. Membantu Pemerintah Daerah menyediakan sarana hiburan dan belanja.
- c. Membantu pemerintah daerah dalam penyediaan tenaga kerja.

2.2.5. Norma Sosial Bagi Karyawan dan Konsumen Plaza Payakumbuh

Nilai-nilai, norma-norma dan aturan-aturan formal yang ada dalam perusahaan akan memberikan bimbingan atau pengarahan terhadap anggotanya pada suatu aktivitas produksi. Pembentukan perilaku ideal dalam proses produksi sangat diperlukan karena akan menjadikan standar bagi karyawannya untuk melakukan aktivitas-aktivitas kerja dalam pencapaian tujuan perusahaan. Khususnya bagi karyawan Ramayana Payakumbuh diciptakan suatu tata tertip selama menjalankan tugas selama menjalankan perusahaan, yaitu :

Kewajiban Karyawan Ramayana Payakumbuh :

- a. Masuk dan pulang kerja tepat pada waktunya.
- b. Pemakaian kartu identitas setiap menjalankan pekerjaan pada jam kerja.
- c. Memakai pakaian seragam yang diberikan perusahaan dengan rapi dan sopan.
- d. Berlaku sopan terhadap atasan teman kerja dan konsumen Plaza Payakumbuh.
- e. Berada ditempat kerja ketika jam kerja, kecuali meninggalkan pekerjaan bila mendapatkan tugas oleh perusahaan atau mendapatkan izin dari atasan.

- f. Menjaga kebersihan di lingkungan perusahaan atau ditempat kerja.
- g. Memelihara barang-barang perusahaan.
- h. Melaksanakan tugas dengan penuh kesadaran dan tanggungjawab.
- i. Menciptakan dan memelihara suasana kerja yang baik.
- j. Bekerja dengan jujur, tertip, bersemangat untuk kepentingan perusahaan dan sebagainya.
- k. Dilarang menggunakan Hp di jam kerja.
- l. Dilarang menerima tamu di jam kerja.
- m. Makan dan minum di area keras.

Menurut Operational Manager Plaza Payakumbuh bernama Amri (Wawancara tanggal 29 Mei 2010) bahwa :

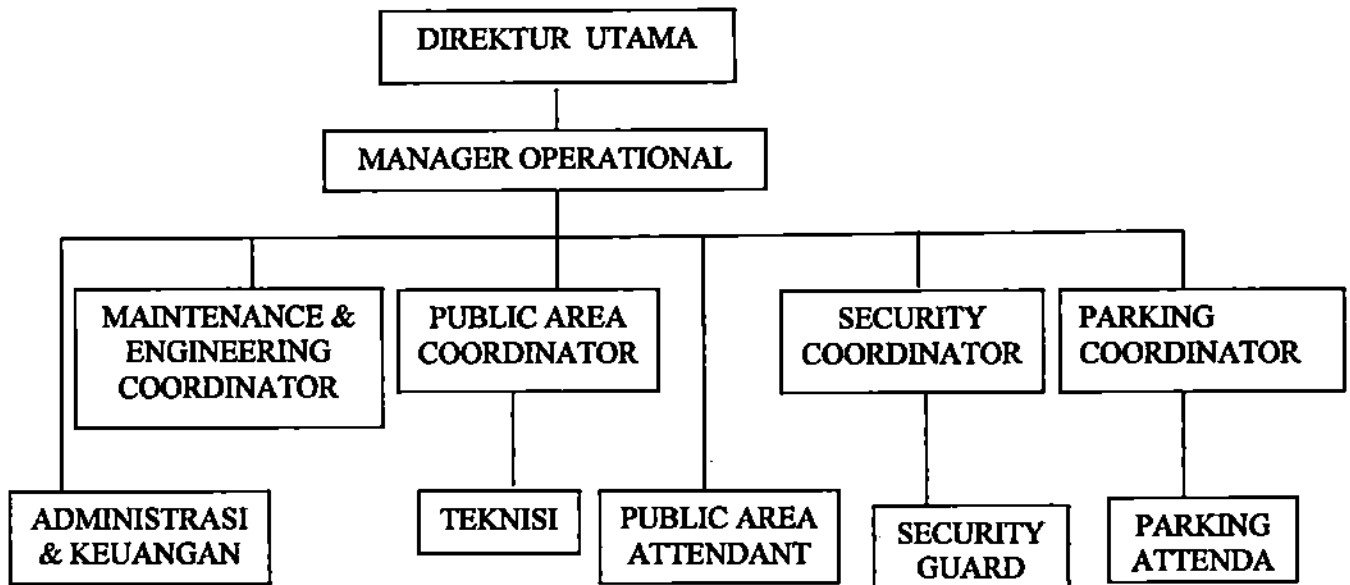
- a. Makanan dan minuman tidak diperbolehkan berada di area Ramayana, kecuali di Restoran dan foodcourt yang telah disediakan.
- b. Pelajar berseragam tidak diperbolehkan berada di Plaza Payakumbuh.
- c. Dilarang keras merokok, minum-minuman keras dan berjudi di area Plaza Payakumbuh.
- d. Mereka yang terlihat dibawah pengaruh alkohol tidak diizinkan berada di area Plaza Payakumbuh.
- e. Tingkah laku yang baik sangat dianjurkan. Segala tingkah laku yng buruk tidak diperkenankan dan segala tindakan yang melanggar hukum akan dilaporkan kepada pihak yang berwajib.

- f. Plaza Payakumbuh menyediakan penerangan yang baik, bersih dan bersuasana kekeluargaan, sehingga tidak ada tempat untuk “mojok” di Plaza Payakumbuh.
- g. Tidak mengizinkan pengunjung ada di dalam mobil saat di area parkir, kalau menunggu disarankan menunggu di foodcourt di lantai satu.
- h. Membatasi untuk komunitas tertentu di masyarakat yang tidak memberikan pandangan subjektif terhadap orang lain untuk masuk ke Plaza Payakumbuh. Misalkan komunitas anak pank, komunitas kaum sejenis. Untuk mengantisipasi pandangan orang terhadap Plaza Payakumbuh.

2.3. Struktur Organisasi Plaza Payakumbuh

Struktur organisasi Plaza Payakumbuh pimpinan tertinggi dipimpin oleh seorang Direktur Utama, yang secara langsung membawahi Manager Operasional, Administrasi dan Keuangan Staff, Maintenance & Engineering Coordinator yang secara langsung membawahi Teknisi, Public Area Coordinator, yang secara langsung membawahi Public Area Attendant, Security Coordinator, yang secara langsung membawahi security Guard, dan Parking coordinator, yang secara langsung membawahi Attendant. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat di gambar di bawah ini :

STRUKTUR ORGANISASI PT. MINAG INDO PERKASA



Selanjutnya mengenai tugas-tugas dan wewenang dari masing-masing bagian yang terlibat dalam organisasi perusahaan terlibat sebagai berikut :

1. Direktur Utama

Merupakan pimpinan tertinggi dan juga merupakan pemilik perusahaan yang memimpin karyawan dalam kegiatan sehari-hari dan bertanggungjawab atas jalanya penjualan produksi yang dilakukan di Plaza Payakumbuh.

2. Manager Operational

Bertanggungjawab terhadap kelancaran operational Plaza Payakumbuh sehari-hari. Dalam hal ini manager Operational bertanggungjawab kepada Direktur Utama untuk operational plaza yang dibawahinya. Dan koordinasi dengan tenant-tenant yang ada di Plaza Payakumbuh baik anchor tenand dan tenant kecil.

3. Administrasi & Keuangan

Merupakan panjng tangan dari Manager Operational mempunyai tugas dalam urusan administrasi dan keuangan yang meliputi unsur-unsur dalam mengawasi kerja staff atau karyawan dalam melaksanakan tugasnya untuk melayani konsumen dan tugas lainnya dan bertanggungjawab kepada manager operational.

4. Maintenance & Engineering Coordinator

Mempunyai tugas untuk mengawasi kerja teknisi dan mengawasi keadaan mesin baik di area Plaza maupun area Ramayana dan bertanggungjawab kepada Manager Operational.

5. Teknisi

Mempunyai tugas untuk servis mesin-mesin, penerangan, agar selalu baik keadaanya di daerah Plaza Payakumbuh.

6. Public Area Coordinator

Bertanggungjawab terhadap kebersihan seluruh area public dan non public. Public seperti kolidor di Plaza, toilet, mushallah, pintu masuk plaza (mainentrance), kantor atau area parkir.

7. Public Area Attendant

Melaksanakan tugas yang diberikan oleh Public Area Coordinator untuk menjaga kebersihan dan kerapian area public dan non public di Plaza Payakumbuh.

8. Security Coordinator

Mempunyai tugas untuk mengkoordinasi mengawasi kerja security dan menjaga keamanan Plaza Payakumbuh, dan bertanggungjawab kepada Manager Operational.

9. Security Guard

Mempunyai tugas untuk sebagai penanggungjawab menjaga keamanan dan kenyamanan konsumen dan karyawan atau staff di area Plaza Payakumbuh dan bertanggungjawab kepada Security Coordinator.

10. Parking Coordinator

Bertanggung jawab terhadap sarana perparkiran dan pengawasan terhadap sistem operational perparkiran di Plaza Payakumbuh sehingga sistem operational perparkiran menjadi efektif dan efisien.

11. Parking Attendant

Melaksanakan tugas yang diberikan oleh Coordinator dal hal operational sehari-hari, misalkan pembayaran biaya parkir (ticketing), mengatur tata letak kendraan, mengawasi kendraan, mengumpulkan ticket parkir di pintu keluar.

2.4.Jam Kerja Plaza Payakumbuh

Untuk menyelesaikan tugas-tugas yang di atur oleh perusahaan, untuk karyawan yang bekerja maka ditetapkan sutau kebijaksanaa yang mengatur jadwal kerja tersebut dengan pertimbangan keterbatasan fisik manusia, batas konsentrasi dan sebagainya maka ditetapkan batas jam kerja. Pengaturan jam kerja shift adalah sebagai berikut :

Shift pagi atau day shift : jam 08.30-16.00 WIB

Shiff siang atau swing shiff : jam 14.00-21.30 WIB

Dengan jam kerja wajib selama 8 jam dan satu jam untuk istirahat seperti makan, sholat dan sebagainya. Untuk shiff pagi jam istirahat dari jam 13.00-14.00 wib, sedangkan untuk shiff sore jam istirahat jam 15.30-16.30 wib.

Dalam 1 minggu kerja wajib, karyawan akan mendapatkan off atau istirahat selama 1 hari yang waktunya ditentukan oleh pemimpin. Untuk kerja lembur biasanya para pekerja diberi shiff diberikan waktu istirahat selama 1 jam, selama mereka pulang dan disambung jam kerjanya dari jam 17.30-21.30 wib. Dan karena sesuatu hal maka karyawan dianjurkan oleh pimpinannya untuk mengambil kerja lembur.

Bagi security memiliki 3 shiff pagi, siang dan malam, yaitu :

Shiff pagi atau day shiff : jam 08.30-16.00 WIB

Shiff siang atau swing shiff : jam 14.00-21.30 WIB

Shiff malam : jam 22.00-08.00 WIB

2.5.Sistem Upah

Keterlibatan atau bergabungnya manusia dalam sistem produksi disuatu organisasi, ada beberapa faktor yang memotivasi datau mendorongnya. Ada pekerja yang bergabung pada suatu perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan uang, untuk membeli makanan, atau untuk memperoleh sratus sosial di dalam masyarakat dan banyak alasan lain kenapa orang mau terlibat didalamnya.

Perusahaan juga memberikan imbalan-imbalan kepada atas keterlibatan anggotanya dalam proses produksi dalam artian yang luas, dimana imbalan itu dapat berupa :

- a. Gaji pokok yang ditetapkan sesuai dengan UMR di daerahnya.
- b. Intensif, yaitu sejumlah uang yang diterima oleh seseorang yang dihubungkan dengan potensi kerjanya dalam perusahaan dan merangsang pegawainya agar giat bekerja (berprestasi).
- c. Tunjangan umum atau tunjangan keluarga yang diberikan untuk istri dan anak.

Pembagian gaji atau upah tersebut dengan mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut :

- a. Tingkat pendidikan yang diakui oleh perusahaan.
- b. Jabatan dalam struktur sosial perusahaan.
- c. Masa kerja, lama bekerja di perusahaan tersebut.
- d. Komposisi keluarga, yaitu jumlah tanggungan kepala keluarga yang disetujui oleh perusahaan.

Disamping itu perusahaan juga memberikan sarana dan prasarana dengan tujuan untuk menunjang produktifitas kerja bagi karyawan antara lain :

- a. Fasilitas kesehatan yang digunakan oleh karyawan dan keluarga.
- b. Untuk memperlancar menjalankan tugas-tugas perusahaan dan menjaga kenyamanan kerja maka perusahaan menyediakan : alat-alat untuk bekerja (sapu, kain pel, kain lap dsb) pakaian kerja dan lainnya.
- c. Pemberian kesempatan untuk pengambilan cuti dan kebijaksanaan ini dimaksudkan untuk memulihkan atau menghilangkan rasa jenuh sehingga karyawan dapat berkonsentrasi dan untuk mencapai standar produksi dalam bekerja.

2.6. Dampak Pembangunan Plaza Payakumbuh

Secara sosiologis pembangunan Plaza Payakumbuh memberikan dampak perekonomian bagi masyarakat Kota Payakumbuh. dapat meningkatkan perekonomian dalam hal pekerja sector informal yang melakukan aktivitas perekonomian di sekitar pembangunan Plaza Payakumbuh. diantaranya yaitu :

1. Kusir Bendi

Semenjak berdirinya Plaza Payakumbuh Bendi-bendi yang sebelumnya mangkal di depan SMP N I payakumbuh sekarang pindah di depan bangunan Plaza Payakumbuh. Hal tersebut dikarenakan oleh banyaknya konsumen Plaza Payakumbuh sehabis melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh yang naik bendi. Ini dapat dijadikan alat transportasi pariwisata di Kota Payakumbuh, yang sebelum adanya Plaza Payakumbuh bendi hanya dijadikan sebagai alat transportasi biasa. Ongkos bendi berkisar Rp 2000,- per orang. Peralatan bendi juga berbeda dari sebelumnya, bendi dihias dengan cantik untuk menarik pengunjung yang datang.

2. Pedagang Kaki Lima

Begitu juga dengan pedagang kaki lima yang biasanya hanya ramai berjualan makanan di sekitaran Jalan Protokol sekarang semenjak adanya Plaza Payakumbuh mereka berjualan di pingir jalan perlintasan utama jalan Sudirman. Jenis makanan yang dijajakan pun beraaneka ragam, Sate Madura, roti bakar Bandung, tahu sumedang, Nasi Goreng, Pecel ayam,

dll. Mereka mulai berjualan sekitaran jam 15.00 sore dan biasanya tutup sampai tengah malam.

3. Tukang Parkir

Selain tempat parkir yang disediakan di dalam basement Plaza Payakumbuh, Pihak Plaza juga mengizinkan untuk pemuda Kelurahan Labuah Baru untuk membuka tempat parkir. Hal ini diperbolehkan juga oleh Pemerintah Kota Payakumbuh selama tidak mengganggu tata tertib lalu lintas.

BAB III

PERILAKU KONSUMEN PADA PASAR MODERN

Pada bab ini, penulis akan memaparkan temuan data yang di dapatkan di lapangan selama penelitian berupa data umum yang diperoleh dari informan melalui wawancara mendalam dan observasi. Informan yang di ambil disini adalah 17 orang konsumen yang merupakan konsumen Plaza Payakumbuh yang mewakili dari keseluruhan konsumen yang diteliti. Data tersebut terdiri dari gambaran umum tentang perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh. Data dipaparkan dalam bentuk uraian kata-kata dan sehubungan dengan masalah penelitian.

Plaza Payakumbuh adalah tempat perbelanjaan gaya hidup terkini yang ada di Kota Payakumbuh. Plaza Payakumbuh didedikasikan sepenuhnya untuk belanja, hiburan, dan rekreasi. Plaza Payakumbuh memiliki total area luas lebih kurang 4.095 m² (lebih kurang empat ribu dua meter persegi).

Plaza Payakumbuh didirikan pada tanggal 29 Februari 2008 dengan Izin Mendirikan Bangunan (IMB) No. 648.75/Wk-pyk/2008 yang dikeluarkan oleh Dinas Tata Ruang dan Tata Bangunan (DTRTB) Kota Payakumbuh. Secara arsitektur bangunan dirancang tinggi, memiliki 4 lantai, yang dibangun dengan pilihan lokasi pusat kota, karena itulah bangunan mengutamakan banyak lantai (tinggi), dengan tujuan untuk menghemat tempat. Bangunan Plaza Payakumbuh terdiri dari empat lantai yang di dalamnya terdapat pusat perbelanjaan, department store, supermarket, time zone 2000, dan pertokoan.

Sebagai tempat belanja gaya hidup baru, Plaza Payakumbuh merupakan pasar modern yang terdapat di Kota Payakumbuh dan sekitarnya dengan ciri yang secara arsitektur bangunan dirancang tinggi dan megah yang memiliki lebih dari tiga lantai bersih, nyaman, mutu barang dapat dipertanggung jawabkan, waktu pembayaran yang cepat, dan mempunyai fasilitas yang lengkap. Dengan tampilan fisik yang modern, mewah dan nyaman orang berkunjung tidak hanya memenuhi kebutuhan terhadap suatu barang dan jasa, tetapi juga memanfaatkan waktu luang (*leisure activity*). Sementara dari sisi management pasar dikelola secara profesional.

Sebagai tempat belanja gaya hidup baru, Plaza Payakumbuh merupakan perpaduan unik antara seni, retail dan hiburan dengan arsitektur modern, konsep retail yang inovatif, fasilitas hiburan dan beragam restoran kelas atas. Semua fasilitas tersebut mengubah perilaku konsumen saat berbelanja yang bukan saja memberikan tawaran gaya dan membawa perubahan sikap sendiri. Bahkan Plaza Payakumbuh bukanlah tempat asing untuk konsumen atau siapapun yang ingin berburu fashion berkualitas sekaligus gaya. Konsumen lebih konsumtif. Nama Plaza Payakumbuh dipilih sebagai sebuah jawaban yang niscahnya akan disebut ketika orang ingin mencari atau butuh berbagai macam dan jenis fashion yang memberikan perubahan penampilan berbeda kepada pemakainya. Maklum Plaza Payakumbuh adalah salah satu tempat belanja yang pertama menyediakan produk-produk merek-merek ternama, diesel, Emba, raf 21, dll, juga tersedia berbagai jenis tas, dompet, berbagai aksesoris dan berbagai jenis perlengkapan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat untuk bergaya hidup lebih modern.

Kesuksesan Plaza Payakumbuh terletak pada penampilannya yang luwes yang ditujukan untuk semua tingkat usia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa hingga lanjut usia yang didukung dengan adanya fasilitas seperti pengeras suara untuk menyampaikan pengumuman promo produk, menyediakan kelengkapan berupa keranjang dan trolley serta security, nyaman dan rapi dengan segala pelayanan yang sangat bersahabat, serta sirkulasi udara yang baik dengan pendingin ruangan, dengan pangsa pasar yang besar dan usaha-usaha inovatifnya untuk senantiasa mengubah pola perilaku konsumen dalam belanja, konsumen tidak hanya membeli barang secara fisik, namun konsumen juga membeli kesenangan, trend dan gengsi.

Seorang informan bernama Amri yaitu Manager Operasional Plaza Payakumbuh mengatakan bahwa "... dengan adanya Plaza Payakumbuh paling tidak merubah pola belanja yang dahulunya dijalani oleh masyarakat Kota Payakumbuh dan Lima Puluh Kota yang masyarakat biasanya belanja di pasar tradisional. Sekarang dengan adanya pasar modern seperti ini konsumen terbiasa dengan fasilitas yang disediakan oleh Plaza, seperti fasilitas parkir yang teratur. Dengan lingkungan belanja yang bersih dan nyaman, sejuk, hiburan dengan gaya hidup terbaik dan menawarkan kesenangan dan even-even hiburan bagi para pengunjung setianya. Dengan disain bangunan yang inovatif ditambah dengan penampilannya yang luwes serta berbagai macam penawaran rekreasi dan retail yang ditata dalam suasana dinamis, Plaza Payakumbuh telah menjadi bagian dari deyt nadi Kota Payakumbuh. Kemudian konsumen terbiasa membeli barang dengan fixced price (harga tetap). Tidak ada tawar-menawar seperti di pasar

tardisional. Dengan pola baru seperti itu yang biasanya membentuk perilaku sosial sendiri kepada konsumen, dari yang tidak tahu menjadi tahu. Dari yang tidak biasa menjadi biasa. Berdirinya Plaza Payakumbuh bukan semata-mata hanya sebagai tempat belanja, tetapi karena kebutuhan individu mengikuti perkembangan zaman. Ke Plaza pun bisa dianggap sebagai tujuan wisata, karena dengan fasilitas yang bagus, kenyamanan tempat parkir, kerapian tempat parkir, kenyamanan lokasi yang sejuk aman, dan lengkap dari pasar tradisional membuat orang ingin berkunjung karena ada hal baru di Kota Payakumbuh...” (Wawancara tanggal 29 Mei 2010).

3.1. Alasan-Alasan Konsumen Melakukan Aktivitas Konsumsi Di Plaza Payakumbuh.

Perilaku konsumen merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhannya , baik itu kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Perilaku konsumen lebih mengacu kepada tindakan konsumsi yaitu tindakan menghabiskan nilai guna sebuah barang atau jasa.

Alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh antara lain :

1. Diajak Teman, Keluarga, dan Pacar

Plaza Payakumbuh bagi keluarga merupakan suatu tempat *refreshing* karena semua anggota keluarga dapat menikmati nyaman berada didalamnya. Dengan tempat yang sejuk, luas, ada arena bermain, sehingga membuat keluarga betah untuk berlama-lama didalamnya. Plaza Payakumbuh nyaman dan rapi dengan pelayanan yang sangat bersahabat, serta sirkulasi udara yang baik dengan

pendingin ruangan, serta fasilitas yang lengkap dan nyaman untuk menghabiskan waktu bersama. Hal ini diuraikan oleh seorang informan bernama Heru :

“... Saya pergi ke Plaza Payakumbuh karena di Plaza Payakumbuh tempatnya nyaman untuk mengajak anak main, karena juga datang untuk *refreshing* sambil *shopping*, lihat-lihat baju, kalau ada yang minat dibeli. Kesini bersama istri saya dan anak yang berumur 5 tahun. Plaza Payakumbuh ini saya tahunya dari istri yang mengajak pertama kali. Anak Saya senang sekali kalau di ajak ke Plaza, setiap dia menangis selalu dia mengajak untuk pergi main ke Plaza Payakumbuh. Keluarga terdiri dari anak, istri, dan suami. Kalau anak minta untuk pergi suami tidak bisa pergi, ya kemungkinan tidak jadi pergi....” (Wawancara tanggal 3 Juni 2010).

Berdasarkan wawancara mendalam peneliti dengan informan tersebut, diketahui bahwa anggota keluarga berpengaruh terhadap kunjungan ke Plaza Payakumbuh. Ada anak-anaknya, saudara perempuan, ipar perempuan, keponakan, teman-teman, seperti pengalaman seorang Guru SD Firmaniwati :

“... Ibuk pai ka Plaza Payakumbuh biasonyo basamo ka duo anak ibuk. Kami pai pulo basamo-samo saudara padusi, ipar padusi, kaponakan jo kawan ibuk. Sabalunnyo kami pai ka Plaza Payakumbuh, kami janjian dulu. Terkadang anak ibuk yang manyampaikan ka saudara perempuan untuak mangajak inyo pai ka Plaza Payakumbuh. kebetulan rumahnyo dakek dari rumah ibuk. Biasonyo pai ka Plaza rami-rami untuk mangajak anak-anak bamain pulo... (Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Bahasa Indonesia :

“... Ibuk pergi ke Plaza Payakumbuh biasanya bersama ke dua anak ibuk. Kami juga pergi bersama-sama saudara perempuan, ipar perempuan, keponakan dan teman ibuk. Sebelumnya kami pergi ke Plaza Payakumbuh, kami janjian dulu. Terkadang anak ibuk yang menyampaikannya ke saudara perempuan untuk mengajak dia pergi ke Plaza Payakumbuh. Kebetulan rumahnya dekat dari rumah ibuk. Biasanya pergi ke Plaza ramai-ramai untuk mengajak anak-anak bermain juga...” (Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Berdasarkan wawancara diatas, diketahui bahwa anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang berpengaruh terhadap kunjungan ke Plaza Payakumbuh.

Seperti informan yang bernama Heru :

"... Saya datang ke sini karena dapat informasi pergi ke Plaza Payakumbuh dari istri saya Nina. Istri saya yang mengajak pertama kali waktu berdirinya Plaza di Payakumbuh, awal pembukaan Plaza yang ada Rafvi Ahmad. Istri saya bilang di Plaza Payakumbuh lagi ada discount besar-besaran, makanya saya berminat pergi. Lumayan dapat baju bagus dan tempatnya bagus..." (Wawancara tanggal 3 Juni 2010).

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh informan yang bernama Franky

Kurniawan :

"... Awak pai ka Plaza basamo pacar awak. Awak jarang sakali pai samo urang tuo. Pai samo pacar karano ka Plaza selain untuak balanja awak manggunoan waktu untuk jalan-jalan samo pacar awak. Pacar awak mambantu untuak mamilihan model baju yang cocok..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya pergi ke Plaza Payakumbuh bersama pacar saya. Saya jarang sekali pergi dengan orang tua. Pergi dengan pacar karena ke Plaza selain untuk belanja saya juga menggunakan waktu untuk pergi jalan-jalan dengan pacar saya. Pacar saya juga membantu untuk memilihkan baju model yang cocok..." (Wawancara tanggal 19 Juli 2010).

Berdasarkan wawancara diatas diketahui bahwa konsumen dipengaruhi oleh orang lain, khususnya teman, pacar dan anggota keluarga. Begitu juga dengan saran atau pendapat mengenai produk dan jasa sehingga informan membuat suatu keputusan untuk mengunjungi Plaza Payakumbuh.

2. Lokasi Plaza Payakumbuh Strategis

Konsumen memilih Plaza Payakumbuh sebagai tempat berbelanja juga dipengaruhi oleh situasi Plaza itu sendiri. Melakukan aktivitas konsumsi karena

suasana Plaza yang nyaman. Plaza Payakumbuh pelayanannya yang bersahabat, serta secara umum Kota Payakumbuh relative panas, sehingga datang ke Plaza Payakumbuh merasa lebih nyaman, fasilitas yang lengkap serta nyaman untuk menghabiskan waktu bersama dengan teman-teman. Hal ini diutarakan oleh seorang informan Mahasiswi yang bernama Dini :

“... Saya ke Plaza Payakumbuh untuk belanja. Karena kenyamanan berada di Plaza kami juga lihat-lihat baju. Nyaman saja berada disini, pergi ke plaza karena lengkap barang-barang yang dijual disini, mulai dari kebutuhan pribadi sampai rumah tangga ada disini. Mau beli apa tinggal pilih saja. Barang-barang tertata rapi, barangnya baru-baru, kualitas bagus, cuci mata lihat-lihat hiburan yang ada, seperti sekali sebulan ada artis minang datang kesini...” (Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh informan yang bernama Elna :

“... Plaza Payakumbuh berlokasi di tampek yang strategis talatak di pusat kota. Indak pernah mandapekkan kendala karano balanjo di Plaza itu praktis. Hanyo balanjo di satu tampek awak bisa balanjo banyak barang-barang nan awak nio. Plaza tampek balanjo nan lengkap, nyaman, praktis dan aman pulo. Walaupun ado barang-barang nan agak maha, mungkin sapedan samo kenyamanan dan kepraktisan nan awak dapekan...” (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

“... Plaza Payakumbuh berlokasi di tempat yang strategis terletak di pusat kota. Tidak pernah mendapatkan kendala karena belanja di Plaza itu praktis. Hanya belanja di satu tempat saya bisa belanja banyak barang yang saya mau. Plaza tempat berbelanja yang lengkap, nyaman, praktis dan juga aman. Walaupun ada barang-barang yang agak mahal, mungkin sepadan dengan kenyamanan dan kepraktisan yang saya dapatkan...” (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa alasan lokasi yang strategis (pusat kota dan dapat dijangkau oleh kendaraan umum) dan situasi yang nyaman mempengaruhi kunjungan ke Plaza Payakumbuh.

3. Barang yang Dijual di Plaza Payakumbuh Bermerek, Berkualitas dan Bergengsi.

Penelitian ini mengungkapkan, bahwa Plaza Payakumbuh bukan hanya sebagai tempat untuk melakukan kegiatan belanja. Plaza Payakumbuh memiliki nilai bagi informan yaitu dianggap sebagai tempat yang dikunjungi oleh warga dengan status atau kelas sosial menengah ke atas. Sehingga Plaza Payakumbuh untuk menunjukkan status sosial konsumen kepada orang lain. Status kelas sosial kerap kali menghasilkan bentuk perilaku konsumen berbeda, kelas sosial lebih mengacu kepada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku konsumen berdasarkan posisi konsumen di dalam pasar. Hal ini diutarakan oleh seorang informan yang bernama Dini (Mahasiswa) :

"... Pakaian yang dijual di Plaza Payakumbuh itu menengah ke atas, maksudnya yang bermerek. Di Pasar Tradisional ada juga dijual, tapi lebih mudah mendapatkannya di Plaza Payakumbuh. Lebih bergengsi barang apapun yang kita beli di Plaza Payakumbuh, walaupun yang kita beli itu hanya makanan. Belanja menjinjing plastik Ramayana..." (Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh informan yang bernama Sari :

"... Begitu banyak manfaat bagi awak belanja di Plaza Payakumbuh. Dapek barang nan berkualitas dan bagengsi tinggi sahingga belanja disiko menjadi suatu kebutuhan gaya hidup baru bagi awak dan keluarga..." (Wawancara tanggal 19 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Begitu banyak manfaat bagi saya belanja di Plaza Payakumbuh. Dapat barang yang berkualitas dan bergengsi tinggi sehingga belanja disini menjadi suatu kebutuhan gaya hidup baru bagi saya dan keluarga..." (Wawancara tanggal 19 Juli 2010).

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa dengan membeli barang yang berkualitas dan bergengsi tinggi di Plaza Payakumbuh telah menjadi

kebutuhan terhadap gaya hidup baru bagi konsumen Plaza Payakumbuh. Oleh informan Plaza Payakumbuh memiliki nilai sebagai tempat yang dapat menaikkan gengsinya.

4. Melihat Informasi dari Brosur, Spanduk dan Iklan

Ada berbagai sumber informasi tentang melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh yang diperoleh oleh para informan dan pengetahuan informan. Faktor iklan yang menarik dan discount barang disertai gambar yang ditampilkan dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

Hal ini seperti diungkapkan oleh seorang informan bernama Mike Wahyuni :

"... Informasi untuak malakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh karano tahu dari blosur-blosur yang dibagikan. Awak tertarik samo gambar-gambar barang-barang rancak nan tacantum haragonyo, partamo sakali alah ado discount di bawah gambar, dari gambar alah nampak cantik-cantik, manarik untuk mambalinyo. Baju-bajunyo ancak... (Wawancara tanggal 3 Juni 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh karena tahu dari blosur-blosur yang dibagikan. Saya tertarik dengan gambar-gambar barang-barang bagus yang tercantum harganya, pertama sekali sudah ada discount dibawah gambar, dari gambar sudah kelihatan cantik-cantik, menarik untuk membelinya. Baju-bajunya bagus-bagus..." (Wawancara tanggal 3 Juni 2010).

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh informan yang bernama Rini :

"... Awak mancaliak iklan-iklan dan spanduk-spanduk nan di Pajang di pingia jalan. Iklan ini mambuek awak penasaran untuk mangunjunggi Plaza Payakumbuh..." (Wawancara tanggal 19 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya melihat iklan-iklan dan spantuk-spanduk yang di pajang di pingir jalan. Iklan ini membuat saya jadi penasaran untuk mengunjungi Plaza Payakumbuh..." (Wawancara tanggal 19 Juli 2010).

Dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa informasi tentang Plaza Payakumbuh diperoleh dari blosur-blosur yang dibagikan, melihat iklan dan spanduk yang dipajang dipingir jalan. George C. Homans telah melalui suatu pertimbangan. Disini dilihat bahwa dalam mengambil keputusan untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh tertarik oleh iklan, dari teman, discount yang dibicarakan oleh orang yang sudah pernah ke Plaza Payakumbuh.

5. Pacaran

Seperti yang dikutip dari penuturan salah satu informan Mahasiswa bernama Ilham :

"... Saya pergi ke Plaza dengan cewek saya Ani, pacaran di Plaza dianggap gaul, keren, karena tempatnya yang bagus, penuh keindahan, gengsi kita tinggi berkunjung ke Plaza. Biasakan remaja nongkrong-nongkrong di Plaza, ada tempat duduk di restoran sambil menikmati makananya..." (Wawancara tanggal 4 Juni 2010).

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh informan yang bernama Mega:

"... Awak maraso balanjo di Plaza payakumbuh ado kepuasan batin, kan nan dibali indak hanyo barang-barang, tetapi kasanangan pulo, hiburan nan di dapek dari bamain game zone. Maraso bangga untuk balanjo disiko..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya merasa belanja di Plaza Payakumbuh ada kepuasan batin, kan yang dibeli tidak hanya barang-barang, tetapi juga kesenangan, hiburan yang di dapat dari bermain game time zone. Merasa bangga untuk belanja disini..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa mahasiswa yang datang ke Plaza mereka merasa gaul, keren, dan bangga. Menurutny, saat ini Plaza merupakan tempat yang layak untuk remaja berpacaran, kerana tempatnya sejuk dan memakai AC. Berkunjung ke Plaza mahasiswa mendapatkan model-model pakaian terbaru dan dianggap oleh masyarakat Kota Payakumbuh sebagai trend dan menaikkan harga diri.

6. Menghemat Waktu Belanja

Konsumen datang ke Plaza Payakumbuh sebagai tempat melakukan kegiatan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan baginya. Misalnya dapat mempersingkat waktu saat berbelanja yaitu barang-barang tinggal pilih saja. Selain itu juga disebabkan oleh lokasi Plaza Payakumbuh yang dekat dari rumah. Antisipasi untuk tidak terbeli produk tiruan yang terdapat di pasar tradisional karena di Plaza mutu barangnya dapat dipertanggung jawabkan. Hal ini diutarakan leh seorang informan Guru SD bernama Ami yang sering pergi ke Plaza :

"... Berkunjung ke Plaza banyak manfaatnya terutama Ibu kan sukanya fashion, suka belanja baju-baju, pernak-pernik, ada baju yang cantik Ibu beli. Baju-baju disini banyak discount nya jadi murah belanja disini, tidak perlu jauh-jauh belanja ke Pasar Tradisional karena Plaza Payakumbuh dekat dari rumah Ibuk. Kita aman untuk belanja, selaini itu juga irit belanja kebutuhan pokok sekali sebulan, lebih irit saja dari pada ke kedai-kedai, juga tidak lelah harus singgah dari kedai satu ke kedai lain..." (Wawancara tanggal 4 Juni 2010).

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan yang bernama Mega :

"... Awak datang ka Plaza Payakumbuh alasyo untuk mangaja "sale", discount barang-barang yang lumayan ancak. Apolai di hari Jum'at, Sabtu jo Minggu biasonyo banyak sakali discount mulai dari pakaian sampai sapatu..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya datang ke Plaza Payakumbuh alasanya untuk mengejar *sale*, discount barang-barang yang lumayan bagus. Apalagi di hari Jum'at, Sabtu dan Minggu biasanya banyak sekali discount mulai dari pakaian dan sepatu..."(Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa sikap konsumen mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Hal ini disebabkan karena konsumen memperoleh keuntungan dalam belanja seperti model pakaian yang baru dan aksesoris yang cantik-cantik. Karena belanja di Plaza Payakumbuh dapat mempersingkat waktu berbelanja, sehingga tidak perlu untuk pindah-pindah toko, aman, nyaman dan tergiur oleh banyak discount serta mendapatkan barang dengan mudah.

7. Plaza Payakumbuh Aman, Nyaman dan Barang yang Dijual Pasti

Berkunjung ke Plaza Payakumbuh menjadi salah satu konsekuensi atas semakin terbatasnya ruang-ruang publik, maka Plaza Payakumbuh menjadi pilihan yang logis untuk beberapa alasan seperti kenyamanan (menghindari pergerakan di dalam kota). Keamanan (memenuhi kebutuhan psikologis untuk rasa aman) serta kepastian (menghindari praktek penipuan produk sebagaimana lazim terjadi pada pasar tradisional. Plaza juga menggambarkan kebutuhan masyarakat perkotaan akan pengisian waktu senggang dalam konteks rekreatif.

Hal itu diutarakan oleh seorang informan bernama Reno :

"... Pai ka Plaza karano aman barado di Plaza, terlindungi balanjo indak ado gangguan, tampek balanjonyo indak becek. Balanjo disiko indak pakai tawar-menawar. Praktis sajo disiko. Ibuk suko mambali perlengkapan kosmetik disiko, kalau bali di Pasar Tradisional takuik tatipu produk palsu. Disiko balanjo di counter-counter sasuai merek kosmetiknyo.

"... Perilaku awak sedang di Plaza, awak ka Plaza indak selalu mambali barang sesuatu sarupo baju, makanan, dan sapatu. Awak balanjo cuma sakali-sakali kalau ado pitih ka plaza, caliak-caliak baju. Ke Plaza untuak cuci mato. Indak selalu ka Plaza untuak balanjo, indak selalu dikategorikan kalau ado pitih ka Plaza yang penting pai jalan-jalan sajo. Mulai dari lantai duo sampai tigo, awak mancaliak urang yang sedang main game. Lagian ka Plaza bisa mangilangan stress..." (Wawancara tanggal 5 Juni 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Perilaku saya sedang di Plaza, saya ke Plaza tidak selalu membeli barang sesuatu seperti baju, makanan, dan sepatu. Saya berbelanja Cuma sekali-kali kalau ada uang. Tidak selalu ke Plaza untuk berbelanja, tidak selalu dikategorikan kalau ada uang ke Plaza, yang penting Saya jalan-jalan saja, lihat-lihat baju. Ke Plaza untuk cuci mata. Mulai dari lantai dua sampai lantai tiga, saya melihat-lihat orang yang sedang main game. Lagian ke Plaza bisa menghilangkan stress..." (Wawancara tanggal 5 Juni 2010).

Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa ada beberapa bentuk aktivitas yang dilakukan konsumen adalah jalan-jalan berdasarkan data yang diperoleh dari Mahasiswi, diketahui bahwa berjalan-jalan ke Plaza mereka lakukan sekali seminggu bersama dengan teman-temannya secara ramai-ramai. Mereka juga melihat-lihat pakaian-pakaian yang terpajang, hanya sekedar melihat-lihat dan ada sekelompok perempuan muda yang bergegas-gegas untuk mengaduk-ngaduk tumpukan baju di sebuah peti gerai dengan tulisan "discount 70 % for all item". Seakan-akan orang yang tidak mau kehilangan kesempatan langka atau jika tidak memanfaatkan kesempatan yang ditawarkan itu, ada kematian yang segera melanda mereka, maka bergegaslah mereka mengaduk-aduk dengan semangat. Semua itu merupakan perilaku yang nampak di lorong lorong plaza yang dapat penulis amati.

Hal serupa juga diungkapkan oleh seorang informan yang bernama Mega :

"... Awak pribadi sanang bisa mejeng basamo kawan-kawan. Mancari barang-barang baru, pokonyo fun-fun sajo. Bisa ado tampek hang out dan tapek balanjo anak mudo..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya pribadi senang bisa mejeng bersama teman-teman. *Searching* barang-barang baru, pokoknya fun-fun saja. Bisa ada tempat *hang out* dan tempat *shoopping* anak muda..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Berdasarkan wawancara di atas diketahui bahwa mejeng dan jalan-jalan di Plaza Payakumbuh merupakan gaya hidup masa kini bagi masyarakat khususnya para anak muda. Plaza Payakumbuh salah satu Plaza di Kota Payakumbuh mempengaruhi kunjungan konsumen. Konsumen mendapatkan semua yang dicari pada suatu tempat, ingin menghilangkan stress dan seru-seruan main game sudah disediakan time zone.

Kelompok yang melakukan aktivitas konsumsi dengan jalan-jalan, mejeng dan cuci mata merupakan kegiatan yang mendominasi bagi anak muda sebagai pengunjung Plaza Payakumbuh. Pendidikan mereka rata-rata adalah mahasiswa. Kelompok yang melakukan kegiatan ini berumur 17-25 tahun.

Adapun waktu yang paling sering atau favorit digunakan untuk berkunjung ke Plaza Payakumbuh adalah pukul 18.00-19.00 dan waktu lain adalah 15.00-17.00. Dari sini dapat dipahami, bahwa waktu yang mereka pilih adalah selepas pulang kuliah dan bukan saat jam kerja atau 08.00-15.00.

Mengenai kunjungan ke Plaza Payakumbuh menurut hasil wawancara, konsumen yang melakukan jalan-jalan, cuci mata dan mejeng dalam sebulan mereka minimal sekali atau dua kali mengunjungi Plaza Payakumbuh. Ini artinya

demam Plaza Payakumbuh sudah menjadi mengejala di masyarakat Kota Payakumbuh.

Berdasarkan observasi penulis bahwa pengunjung yang datang ke Plaza Payakumbuh tanpa mempunyai tujuan untuk melakukan pembelian terhadap sesuatu barang dan jasa. Mereka adalah orang-orang yang menghabiskan waktu luangnya di Plaza Payakumbuh. Pengunjung hanya sekedar melihat orang yang datang ke lokasi pasar dan untuk dilihat orang datang ke sana. Aktivitas ini dikenal sebagai mejeng, walaupun mereka membeli sesuatu, biasanya yang dibeli hanya makanan. Kegiatan itupun dalam rangka mejeng, yaitu mencoba untuk menarik perhatian orang lain terhadap apa yang dilakukan, dimiliki, ditampilkan. Pergi ke Plaza Payakumbuh untuk memanfaatkan waktu luang bukan hanya dilakukan oleh anak-anak muda tetapi juga dilakukan oleh semua lapisan usia. Dari kenyataan ini memperlihtkan bahwa Plaza Payakumbuh bukan semata-mata hanya institusi ekonomi tempat berlangsungnya transaksi jual beli, tetapi juga merupakan tempat rekreasi.

- **Main Game**

Arena bermain time zone di pusat perbelanjaan telah populer selama bertahun-tahun. Plaza tidak hanya sekedar tempat belanja, tetapi juga arena bermain, hiburan, sarana rilex dan lokasi yang pas buat hang out. Sarana hiburan yang bisa dinikmati oleh orang tua dan anak-anak.

Seperti juga Plaza Payakumbuh memberikan sejumlah daya tarik kepada pengunjung di dalam Plaza Payakumbuh menyediakan berbagai macam hiburan atau permainan yang dibuat tampak lebih menarik dengan game yang beraneka

ragam, lampu-lampu kedap-kedip, musik yang diprdengarkan, yang kelihatan menarik konsumen dengan hiburan yang bermanfaat. Sangat cocok bagi keluarga, karena time zone menguyuhkan jenis permainan untuk anak-anak, orang dewasa, lagi pula permainan time zone dapat mengembangkan proses imajinasi anak yang berupa tempat mereka uji kemampuan dan tempat belajar mengenal permainan dengan teknologi tinggi, terutama masyarakat Payakumbuh yang baru adanya Plaza di Payakumbuh. Hal ini diutarakan oleh seorang informan yang bernama Yori :

"... Awak kasiko basamo kaponakan jo istri untuk main ka time zone, Kami main biasonyo sampai bosan, mainyo indak hanyo ciek jenis permainan sajo. Awak main babagai jenis game. Kasiko tujuannyo untuk santai, dapek hiburan jadi main sapuehnyo sampai mangumpuan banyak kartu. Adonyo time zone di Plaza Payokumbuh bagus, selain balanjo bisa main-main pulo. Ado game samo teknologi canggih menarik untuk dimainkan..." (Wawancara tanggal 04 Juni 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya kesini bersama keponakan saya dan istri untuk main ke time zone, kami main biasanya sampai bosan, mainnya tidak hanya satu jenis permainan saja. Saya main berbagai jenis game. Kesini tujuannya untuk santai, dapat hiburan jadi main sepuasnya sampai mengumpulkan banyak kartu. Adanya time zone di Plaza Payakumbuh bagus, selain belanja juga bisa main-main. Ada game dengan teknologi canggih. Menarik untuk dimainkan..." (Wawancara tanggal 04 Juni 2010).

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak permainan anak-anak yang ditawarkan di Plaza Payakumbuh, sehingga Plaza Payakumbuh tidak hanya sebatas tempat berbelanja melainkan juga tempat untuk hiburan dan rekreasi anak. Permainan di time zone tersedia dengan berbagai macam permainan mulai untuk anak usia tiga tahun seperti mandi bola yang di awasi oleh SPG dan juga permainan untuk orang dewasa. Tentunya ada beberapa permainan

yang menjadi favorit, yaitu go shout (permainan tembak-tembakan) dan kiddy willy (mainan ayunan yang berbentuk binatang untuk anak-anak. Selain mesin atau permainan tembak-tembakan yang pada umumnya disukai anak remaja dan dewasa, ada juga permainan yang bersifat menyenangkan namun menyehatkan. Salah satunya dance mechine atau bola basket untuk anak-anak dan dewasa, hocky meja, nintendo wii fun. Dimana permainan ini membutuhkan gerak yang energik. Semua game yang ada di time zone Plaza Payakumbuh menggunakan koin.

Konsep time zone dibuat untuk semua kalangan usia, tidak hanya sebatas anak-anak saja, tetapi semua umur. Hal ini menjadi tempat hiburan menyenangkan bersama keluarga.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa respon keluarga, orang dekat terhadap keterlibatan dalam melakukan aktivitas konsumsi sangatlah mendukung, karena peran anggota keluarga, teman dan pacar yang sebelumnya telah melakukan aktivitas konsumsi.

Konsep respon sangat berhubungan erat dengan *cost*, *reward*, dan *profit*, dimana hal ini sangat terlibat jelas dalam pelaksanaannya dalam suatu masyarakat. Jika keputusan untuk konsumsi memberikan *reward* dan *profit* kepada konsumen maka respon akan diberikan oleh konsumen, jika tidak diimbangi dengan *reward/profit* yang di dapat dari keputusan untuk melakukan konsumsi di Plaza Payakumbuh tersebut, maka Plaza Payakumbuh tidak akan mendapatkan respon yang baik dari konsumen.

Pembeli yang melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh salah satunya main game. Konsumen membeli koin berulang-ulang kali karena penasaran disaat bermain, ingin main terus sampai bosan. Konsumen yang datang untuk bermain game tidak hanya bermain satu jenis permainan saja. Konsumen main berbagai jenis game. Melalui observasi yang peneliti amati bahwa ditemukan konsumen yang baru mengenal game time zone, tingkah lakunya kelihatan canggung karena baru ada di Plaza Payakumbuh. Konsumen melihat-lihat dulu orang yang main game, cara memainkannya, atau menanyakan cara main game tersebut kepada SPG dan kepada konsumen lainnya.

Konsumen yang sudah menjadi pelanggan di time zone tentu sudah terbiasa bermain dengan game dengan teknologi canggih. Bahkan konsumen dengan SPG telah terjalin hubungan yang intim sebatas penjual dan pelanggan. Konsumen tidak canggung lagi memainkan game tersebut.

3.2.2. Pacaran

Langkah kaki ke dalam area Plaza disambut dengan sejuknya udara AC yang terasa pas suhunya, membuat Plaza Payakumbuh dijadikan sebagai tempat janji dengan pacar. Seperti yang diutarakan oleh Informan Ilham :

"...Plaza itu bagi saya tempat mendinginkan badan, sembari menunggu cewek saya. Kami sering bertemu karena Plaza tempat janji yang praktis disini. Disini kan sejuk ruang berAC jadi tidak kepanasan seandainya janji diluar..." (Wawancara tanggal 4 Juni 2010).

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan yang bernama Sari seorang mahasiswa :

"... Awak ka Plaza Payakumbuh basamo jo pacar awak. Ka Plaza memang asyik berdua dengan pacar. Awak painyo hari Sabtu, sekalian pai untuak malam Minggu..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya ke Plaza Payakumbuh bersama dengan pacar saya. Ke Plaza memang asyik berdua dengan pacar. Saya perginya hari Sabtu, sekalian pergi untuk malam Minggu..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa kelompok yang melakukan kegiatan pacaran di Plaza Payakumbuh adalah orang berusia 19-23 tahun. Mereka hanya sebagai pengunjung. Mereka adalah mahasiswa yang memanfaatkan Plaza untuk sekedar malam Minggu. Untuk saat ini belum diketahui adanya pacaran sejenis di Plaza Payakumbuh tersebut.

Dari hasil wawancara diatas dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan berantai antara berbagai stimulus dianggap. Diketahui bahwa keadaan lingkungan, kondisi, situasi dan tindakan orang lain atau keinginan dari seseorang bisa menjadi stimulus untuk seseorang melakukan tindakan. Informan melakukan aktivitas pacaran karena di Plaza Payakumbuh tempatnya sejuk dan nyaman untuk berinteraksi dengan orang dilingkungannya dan menginginkan orang tersebut memberikan tanggapan yang baik.

Berdasarkan observasi dapat dilihat konsumen yang berpacaran di Plaza Payakumbuh ditemukan. Konsumen tersebut melihat-lihat baju, sepatu yang di departement store secara bersama-sama. Konsumen saling memberikan pendapat tentang barang yang ingin membelinya. Disaat mencoba baju di kamar pas sang pacar menemani konsumen. Berbeda dengan konsumen yang membeli baju di

pasar tradisional dimana konsumen tidak bisa mencoba baju yang akan dibeli. Dapat dilihat bahwa konsumen meminta untuk dibelikan baju kepada pasangannya.

3.2.3. Belanja

Belanja di plaza saat ini sudah menjadi suatu kebiasaan. Dahulu orang belanja karena barang-barang tersebut memang dibutuhkan sehingga dibeli. Namun saat ini belanja telah berkembang sebagai suatu cerminan gaya hidup dan rekreasi pada masyarakat kelas ekonomi tertentu, seperti yang telah terjadi di masyarakat Payakumbuh.

Belanja di Plaza sudah menjadi kebutuhan pribadi diri konsumen yang mengubah perilaku konsumen di plaza. Belanja pakaian di Plaza merupakan suatu tempat yang menunjukkan pakaian dengan model-model terbaru. Konsumen ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar, padahal mode itu selalu berubah, sehingga para konsumen tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya, maka hal inilah maka muncul sifat konsumtif pada konsumen. Hal ini seperti informan dalam penelitian saya bernama Dini :

"... Saya belanja baju di Plaza Payakumbuh rutin seminggu sekali, karena modelnya ganti-ganti, bagus-bagus, tidak hanya itu-itu terus bajunya. Berbelanja baju disini puas. Bedalah kalau pasar tradisional. Di Ramayana pakaian yang dijual menengah keatas, maksudnya yang agak bermerek..."(Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Supermarket merupakan toko yang menyediakan kebutuhan-kebutuhan konsumen baik untuk jenis makanan dan non makanan yang dijual secara rutin sehingga konsumen lebih mudah untuk memenuhi kebutuhannya. Belanja di Supermaket menjadi suatu pemenuhan kebutuhan pokok di Plaza Payakumbuh

karena kepraktisan, dan efisien, banyak pilihan, keamanan produk serta kepastian.

Berbelanja di Plaza Payakumbuh dapat menghemat waktu.

Seperti perilaku berbelanja Ibu Ratna :

"... Awak ka Plaza Payakumbuh untuk balanjo kebuuhan pokok, kebutuhan dapua, alat-alat rumah tangga di supermarket. Balanjo disiko dapek menghemat waktu awak babalanjo. Awak kan Ibu rumah tangga dan seorang guru pulo, jadi sibuk makonyo balanjo cuma sakali sabulan. Balanjo disiko cuma duo jam lamonyo alah mambawo 3 kantong plazatik balanjo. Sado kebutuhan pokok ado disiko, mulai buah-buahan, sabun-sabun, cemilan. Kalau balanjo di pasar tradisional tampek mambali barang tapisah di toko-toko, pindah-pindah, kalau disiko tasadio sadonyo. Tingga ambiak barang, masukkan ka dalam karanjang..." (Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya ke Plaza Payakumbuh untuk belanja kebutuhan pokok, kebutuhan dapur, alat-alat rumah tangga di supermarket. Belanja disini dapat menghemat waktu saya berbelanja. Saya ibu rumah tangga dan seorang guru juga, jadi sibuk makanya belanja cuma sekali sebulan. Belanja disini cuma 2 jam lamanya sudah membawa 3 kantong plastik belanja. Semua kebutuhan pokok ada disini, mulai buah-buahan, sabun-sabun, cemilan, kan kalau belanja di pasar tradisional tempat membeli barang terpisah di toko-toko pindah sini- pindah sana, kalau disini tersedia semuanya, efisien, tinggal ambil barang, masukkan ke keranjang..." (Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Hal serupa juga diungkapkan oleh informan bernama Frenky Kurniawan :

"... Balanjo di Plaza Payakumbuh karano beberapa kebutuhan awak hanyo tersedia di Plaza, kalau di Pasar tradisional ado juo tapi mudah mandapekkannyo di Plaza Payakumbuh. Awak malah tawar-menawar di Pasar Tradisional, apolagi awak cowok, biasonyo baju yang ditawarkan penjualnyo diagiah samo hargo tinggi. Harga barang di Plaza saketek maha, tetapi ado kepastian, samantaro di Pasar Tradisional awak harus mengenal panjuanyo dulu supayo yakin indak kemahalan..." (Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Belanja di Plaza Payakumbuh karena beberapa kebutuhan saya hanya tersedia di Plaza, kalau di Pasar Tradisional ada juga tapi mudah mendapatkannya di Plaza Payakumbuh. Saya malas tawar-menawar di

Pasar Tradisional, apalagi saya cowok, biasanya baju yang ditawarkan penjual di beri dengan harga tinggi. Harga barang di Plaza sedikit mahal, tetapi ada kepastian, sementara di Pasar Tradisional saya harus mengenal penjualnya dulu supaya yakin tidak kemahalan. Saya pun sering ke Pasar Tradisional untuk membeli barang-barang yang sudah saya tahu ancar-ancar harganya...”(Wawancara tanggal 17 Juli 2010).

Berdasarkan wawancara di atas diketahui bahwa, kelompok yang melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh dengan belanja yaitu Ibu-ibuk yang membeli perlengkapan kebutuhan pokok rumah tangga.

Waktu melakukan aktivitas berbelanja yaitu sewaktu bulan baru untuk belanja bulanan dan waktu weekend. Counter yang sering dikunjungi yaitu pakaian pria, wanita serta anak-anak. Counter sepatu dan belanja di supermarket, counter kosmetik oleh ibu-ibu.

Homans menunjukkan bahwa proses perubahan di atas dapat disederhanakan menjadi suatu sistem yang dapat dilihat dalam poin berikut : Makin tinggi ganjaran (*reward*) yang diperoleh makin besar kemungkinan suatu tingkah laku akan di ulang. Tindakan untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh karena merasa mendapatkan keuntungan dari berbelanja di Plaza Payakumbuh maka perilaku untuk berbelanja akan dilakukan berulang-ulang kali ke Plaza Payakumbuh. Karena yang di teori pertukaran sosial tidak selalu dapat diukur dengan nilai uang sebab dalam berbagai transaksi sosial dipertukarkan juga hal yang nyata dan tidak nyata. Konsumen tidak hanya membeli barang-barang yang djajakan tetapi dapat disimpulkan konsumen membeli kesengan, trend dan gengsi.

Menurut pendapat salah satu informan Firmaniwati :

"...Awak ka Plaza dalam saminggu minimal 3 kali, satiok balanjo awak taruih pai ka Plaza. Ke Plaza membuat gengsi yinggi, tinggi harga diri sedikit..." (Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Saya ke Plaza dalam seminggu minimal 2 kali, setiap belanja saya selalu pergi ke Plaza. Ke Plaza membuat gengsi tinggi, tinggi harga diri sedikit....." (Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Menurut asumsi Homans bahwa Dalam setiap tindakan, semakin sering suatu tindakan tertentu memperoleh ganjaran maka akan semakin sering ia kan melakukan tindakan itu. Ini artinya konsumen mengunjungi Plaza Payakumbuh karena sudah pernah mengunjungi Plaza Payakumbuh sebelumnya. Dan karena mendapatkan keuntungan maka tindakan ke Plaza Payakumbuh dilakukan berulang-ulang.

Pembeli yang datang ke Plaza Payakumbuh dengan maksud untuk membeli barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan untuk membeli. Pembeli di Plaza Payakumbuh yang ingin mengetahui harga barang yang dibutuhkan dapat mengetahui langsung dengan melihat harga di barang yang ditawarkan. Pembeli dapat memilih barang yang dibutuhkannya sesuai kualitas yang diinginkannya dan dana yang tersedia. Di Plaza Payakumbuh pembeli melayani diri sendiri, barang yang diperlukan dapat dicari sendiri, dicoba, kemudian dibawa ke kasir atau ditaruh kembali ke rak.

Disaat belanja, seperti belanja di supermarket, departement store, konsumen tidak melakukan tawar-menawar dengan SPG. Dapat dilihat bahwa konsumen menanyakan kepada SPG "apakah barang yang di lihat ada

discountnya, kalau discount harganya jadi berapa?”. Barulah konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Berbeda dengan pasar tradisional konsumen belanja melakukan transaksi tawar-menawar dulu sampai penjual setuju dan barulah melakukan keputusan untuk membeli atau tidak.

3.2.4. Makan

Plaza Payakumbuh menyediakan area foodcourt di sela kesibukan konsumen berbelanja. Area yang mengadopsi pusat jajanan outdoor ini didesain untuk segala usia. Sehingga konsumen selain berbelanja baju, main game juga menggunakan Plaza Payakumbuh sebagai pilihan tempat untuk makan, karena Plaza memberikan berbagai kelebihan kepada konsumen seperti tempat makan yang nyaman, bersih, aman, jauh dari polusi udara luar, dan memiliki fasilitas-fasilitas penunjang lainnya. Konsumen tidak selalu makan, tetapi juga ada yang hanya sekedar minum jus sambil duduk-duduk, mengombrol dengan keluarga maupun teman-temannya. Seperti yang dilakukan oleh Informan mahasiswa yang bernama Ilham :

”... Siap menemani cewek saya berbelanja, saya pergi makan di foodcourt lantai 3. Makanan yang dijual disini murah, tidak terlalu mahal. Makan disini nyaman bebas dari polusi udara, tidak seperti makan dipingir jalan yang banyak debu. Habis makan kami biasanya tidak langsung pergi pulang, kami ngobrol-ngobrol dulu disini, menikmati suasana Plaza yang indah. Terkadang kami juga mengambil foto berdua lagi makan, kan latarnya bagus di Plaza...”(Wawancara tanggal 04 Juni 2010).

Selain foodcourt tempat makan di Plaza Payakumbuh juga ada CFC yang terletak di lantai 2. Makan disini tidak jauh berbeda dengan makan di foodcourt lantai dua, cuma di CFC kita bisa melihat pemandangan luar Plaza Payakumbuh. Hal ini diungkapkan oleh informan yang bernama Mike Wahyuni :

"... Setelah puas main game, liek-liek baju di departement store, awak mangajak keponakan Awak makan di CFC lantai 2. Makan disiko ado paket 25.000 dapek nasi, ayam, dan minum, dan bonusnyo dapek kotk makanan. Tampeknyo sajuak, nyaman untuk anak-anak, ado musiknyo. Keponakan awak sanang bna kalau duduk dimeja yang khusus untuak anak-anak. Kalau foto disiko ancak. Ado patuang ayamnyo..." (Wawancara tanggal 3 Juni 2010).

Bahasa Indonesia :

"... Setelah puas main game, lihat-lihat baju di departement store, saya mengajak keponakan saya makan di CFC lantai 2. Makan disini ada paket 25.000 dapat nasi, ayam, dan minum, dan bonus nya dapat kotak makanan. Tempatnya sejuk, nyaman untuk anak-anak, ada musiknya. Keponakan saya senang sekali kalau duduk di meja yang khusus untuk anak-anak. Kalau foto disini bagus. Ada patung ayam..." (Wawancara tanggal 3 Juni 2010).

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilakukan setelah melakukan aktivitas konsumsi lainnya seperti main di time zone, belanja di supermarket, dan departement store, informan juga makan di fastfood lantai 3 dan juga ada di CFC di lantai 2. Mereka makan bersama teman, pacar dan keluarga.

Berdasarkan observasi yang peneliti melihat bahwa di pasar tradisional perilaku orang itu dikaitkan dengan budaya setempat. Masyarakat Payakumbuh kalau makan di rumah makan ada disediakan tempat cuci tangan dan memakai botol minuman yang berisi air untuk cuci tangan dan dituang di tada. Jadi kalau masyarakat Payakumbuh yang datang ke Plaza makan di fastfood dan CFC mereka tidak menemukan hal yang seperti itu. Di kaitkan dengan pasar tradisional baik biasa saja konsumen berperilaku seperti itu. Di Plaza Payakumbuh beda lagi kebudayaanya, tentu tidak lagi meminta kobokan, karena makan di Plaza telah disediakan tempat cuci tangan, *hand dry*. Dimana biasanya laki-laki setelah

makan dia merokok tetapi di Plaza Payakumbuh dilarang merokok di dalam ruangan. Masyarakat Payakumbuh yang belum terbiasa dengan hal-hal baru seperti itu mereka akan bingung dan bertanya-tanya tentang itu seperti "Bagaimana cara memakainya". Di Plaza Payakumbuh mengordel makanan tidak panggil dengan tangan, tetapi pembeli membeli dan mengambil makanan dengan antri. Disaat membeli makanan konsumen bayar dulu barulah mendapatkan makanan, seperti CFC dan fastfood. Perilaku disaat makan itu berbeda, tindakan mereka berbeda karena konsumen tertransfor dengan budaya. Konsumen berasal dari mana, umumnya konsumen Plaza Payakumbuh adalah orang Payakumbuh. Orang mengantri mereka juga ikut mengantri. Orang cuci tangan dan mengeringkan tangan dengan hand dryer mereka juga ikutan. Mereka berperilaku seperti itu karena melihat rang yang sudah biasa dengan hal-hal seperti itu.

Dalam memilih diantara tindakan alternative, seseorang akan memilih satu diantaranya, yang dia anggap saat itu memiliki value (v) sebagai hasil, dikaitkan dengan probabilitas (p) untuk mendapatkan hasil yang lebih besar. Aktivitas konsumen di Plaza Payakumbuh dapat dipahami dengan teori ini, bahwa konsumen melakukan tindakan-tindakan dalam bentuk kunjungan ke Plaza Payakumbuh karena punya nilai tersendiri bagi informan. Seperti mengharapkan bonus. karena Plaza memberikan berbagai kelebihan kepada konsumen seperti tempat makan yang nyaman, bersih, aman, jauh dari polusi udara luar, dan memiliki fasilitas-fasilitas penunjang lainnya.

3.3. Perilaku Khusus Konsumen Plaza Payakumbuh

Adapun perilaku khusus di lokasi penelitian adalah Plaza Payakumbuh baru berdiri sebagai pasar modern yang ada di Kota Payakumbuh, tentu ada masa-masa untuk penyesuaian. Bahwa konsumen belum terbiasa dengan fasilitas serba instan. Di Plaza Payakumbuh yang berbelanja disini mulai dari tingkat atas untuk tingkat Kota Payakumbuh. Perilaku konsumen kebanyakan rasa ingin tahu. Misalnya, “apa saja yang dijual di Plaza Payakumbuh, fasilitas apa saja yang ada di Ramayana, apa keuntungan bagi konsumene untuk belanja disini, dan terakhir barulah konsumen ingin membeli”. Konsumen yang terbiasa belanja di pasar tradisional berpindah ke pasar modern. Konsumen ada sedikit tertransformasi oleh hal itu.

1. Proses Transaksi

Melalui observasi yang saya lakukan bahwa dijumpai orang yang melakukan aktivitas belanja di department store. Konsumen adalah seorang Ibu-ibuk. Disaat belanja, seperti belanja di supermarket, department store, konsumen tidak melakukan tawar-menawar dengan SPG. Dapat dilihat bahwa konsumen menanyakan kepada SPG “apakah barang yang di lihat ada discountnya, kalau discount harganya jadi berapa?”. Barulah konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian. Berbeda dengan pasar tradisional konsumen belanja melakukan transaksi tawar-menawar dulu sampai penjual setuju dan barulah melakukan keputusan untuk membeli atau tidak.

Hal serupa juga di alami oleh seorang informan bernama Ami seorang Guru :

“...Konsumen sudah terbiasa dengan pola berbelanja yang pakai tarifnya, tidak bisa tawar menawar lagi, kan kalau di pasar tradisional kita saling tawar-menawar. Disini ohh segini harganya, bagaimana uangnya, tapi kalau di pasar tradisional kita tidak tau harga bajunya, kalau kemahalan ya kita cari toko lain. Belanja disini ibuk hanya melihat harga baju, kalau ada discountnya baru ditanya ke SPG, berapa harga baju setelah discount...”(Wawancara tanggal 4 Juni 2010).

2. Waktu Sholat Masuk

Disaat waktu sholat masuk pengunjung yang berada di Plaza Payakumbuh, peneliti lihat jarang melaksanakan sholat di mushallah yang disediakan karena pengunjung datang pada umumnya setelah masuk waktu sholat.

Hal ini diungkapkan oleh informan bernama Firmaniwati :

“...Biasanya 4 jam, datang jam 7 malam pulang jam 10 malam. Ibu datang kesini setelah azan magrib, karena sholat dulu dirumah. Disini tempat sholatnya sempit...”(Wawancara tanggal 1 Juni 2010).

Berdasarkan hasil wawancara diatas terlihat bahwa konsumen tidak terbiasa melaksanakan sholat di mushallah Plaza Payakumbuh karena tidak terbiasa dan tempat sholat yang sempit.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh, mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh. Dari hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan bahwa:

- I. Alasan-Alasan Konsumen Melakukan Aktivitas Konsumsi Di Plaza Payakumbuh.
 1. Anggota keluarga berpengaruh terhadap kunjungan ke Plaza Payakumbuh. Ada anak-anaknya, saudara perempuan, ipar perempuan, keponakan, teman-teman, dan pacar.
 2. Lokasi yang strategis (pusat kota dan dapat dijangkau oleh kendaraan umum) dan situasi yang nyaman mempengaruhi kunjungan ke Plaza Payakumbuh.
 3. Membeli barang yang berkualitas dan bergengsi tinggi di Plaza Payakumbuh telah menjadi kebutuhan terhadap gaya hidup baru bagi konsumen Plaza Payakumbuh. Oleh informan Plaza Payakumbuh memiliki nilai sebagai tempat yang dapat menaikkan gengsinya.
 4. informasi tentang Plaza Payakumbuh diperoleh dari blosur-blosur yang dibagikan, melihat iklan dan spanduk yang dipajang dipingir jalan. George C. Homans telah melalui suatu pertimbangan. Disini dilihat bahwa dalam

mengambil keputusan untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh tertarik oleh iklan, dari teman, discount yang dibicarakan oleh orang yang sudah pernah ke Plaza Payakumbuh.

5. Plaza Payakumbuh menjadi pilihan yang logis untuk beberapa alasan seperti kenyamanan (menghindari pergerakan di dalam kota). Keamanan (memenuhi kebutuhan psikologis untuk rasa aman) serta kepastian (menghindari praktek penipuan produk sebagaimana lazim terjadi pada pasar tradisional. Plaza juga menggambarkan kebutuhan masyarakat perkotaan akan pengisian waktu senggang dalam konteks kreatif.

11. Konsumen Merasa cocok Untuk Belanja di Plaza Payakumbuh

2. Perilaku Konsumen Melakukan Aktivitas Konsumsi Di Plaza Payakumbuh

- a. Rekreasi : Munculnya Plaza Payakumbuh telah menjadikan tempat rekreasi atau kesenangan bagi konsumen dan tempat yang bagus. Bagi konsumen mengunjungi Plaza Payakumbuh bukan sesuatu yang memberatkan melainkan sebagai suatu tempat yang menyenangkan. Plaza Payakumbuh dijadikan sebagai tempat santai menikmati ketenangan. Karena sudah menjadi kebutuhan sesuatu dan sekedar ingin berakhir pekan (*weekend*). Rekreasi yang dilakukan yaitu main game, jalan-jalan, cuci mata, mejeng.
- b. Belanja : belanja di Plaza sudah menjadi kebutuhan pribadi diri konsumen yang mengubah perilaku konsumen di plaza. Berbelanja pakaian di Plaza merupakan suatu tempat yang menunjukkan pakaian dengan model-model

terbaru. Konsumen ingin menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar, padahal mode itu selalu berubah, sehingga para konsumen tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya, maka hal inilah maka muncul sifat konsumtif pada konsumen.

- c. Pacaran : Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa kelompok yang melakukan aktivitas pacaran di Plaza Payakumbuh adalah orang berusia 19-23 tahun. Mereka adalah mahasiswa yang memanfaatkan Plaza untuk sekedar malam Minggu. Untuk saat ini belum diketahui adanya pacaran sejenis di Plaza Payakumbuh tersebut.
- d. Makan : Plaza Payakumbuh menyediakan area foodcourt di sela kesibukan konsumen berbelanja. Area yang mengadopsi pusat jajanan outdoor ini didesain untuk segala usia. Konsumen tidak selalu makan, tetapi juga ada yang hanya sekedar minum jus sambil duduk-duduk, ngobrol dengan keluarga maupun teman-temannya.

4.2 Saran

Adapun saran-saran yang ingin disampaikan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Karena penelitian ini memfokuskan perilaku konsumen pada pasar modern di Plaza Payakumbuh, maka bagi peneliti lain yang ingin meneliti tentang permasalahan yang sama, dapat dilakukan di kota lain yang telah mempunyai permasalahan yang sama seperti di kota Payakumbuh.
2. Penelitian ini penulis lakukan di Kota Payakumbuh yang mana mayoritasnya berbasis masyarakat Minang, jadi untuk para peneliti lainnya

yang ingin meneliti bisa membandingkannya dengan masyarakat lain seperti: masyarakat Jawa, batak dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Afrizal. 2005. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif : Penulisan sampai Penulisan Laporan*. Padang : Laboratorium Sosiologi Fisip Unand.
- Damsar. 1995. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Divisi Buku Perguruan Tinggi PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 2005. *Sosiologi Pasar*. Padang : Laboratorium Sosiologi Fisip Unand.
- _____. 2009. *Sosiologi Konsumsi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Engel, James F. Roger D. Blackweell & Paul W Miniard. 1994. *Perilaku konsumen-VI, Diterjemahan oleh Bodiyanto*. Jakarta :Binaruapaksara.
- Evers, H. -D. 1988. *Teori Masyarakat Proses Peradaban Dalam Dunia Modern. Budaya Konsumen, Kekuatan Simbolis dan Universalisme, Mike Featherstonel*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Horton, Paul B, Hunt, Chester L. 1987. *Sociology*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Johnson, Paul D. 1994. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern, Jilid 2 (terj. Oleh Robert M.Z. Lawang)*. Jakarta : PT Gramedia.
- Koentjaraningrat. 1990. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pusaka.
- Moleong, Lexy.J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- M. Poloma, Margaret. 1987. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta : PT Rajawali Pers.
- Ritzer, George. 1992. *Sosiologi Ilmu Berpengetahuan Ganda*. Jakarata: CV Rajawali.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta Timur : Prenada Media.
- Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soekanto, Soerjono. 1985. *Kamus Sosiologi Industri*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Remaja Rosda Karya; Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Diklat :

Fachrina, 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Padang : Jurusan Sosiologi.

Skripsi :

Vera, Lusy. 2005. *Perilaku Konsumen Mengunjungi Matahari. Padang : Skripsi Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Andalas.*

Bulanov, Akdila. 2010. *Kehidupan Sosial Remaja di Plaza. Padang : Skripsi Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Andalas.*

Internet :

(http://v2trock.blogspot.com/2009/10/pasar-tradisional-vs-pasar-modern_19.html). Diakses 23 November 2009.

(<Http://asropi.wordpress.com>). Diakses 22 Maret 2010.

Lampiran I

DATA INFORMAN

a. Informan Biasa yaitu konsumen Plaza Payakumbuh.

1. Nama : Susilawati
Umur : 38 tahun
Alamat : Sicincin Hilir
Jenis Kelamin : Perempuan
Tingkat Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
2. Nama : Dini
Umur : 23 tahun
Alamat : Batalion 131 Payakumbuh
Jenis Kelamin : Perempuan
Tingkat Pendidikan : D3 ASKI
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
3. Nama : Ratna
Umur : 29 tahun
Alamat : Koto Nan 4
Jenis Kelamin : Perempuan
Tingkat Pendidikan : Sarjana
Pekerjaan : Guru SMP N 8 Payakumbuh
4. Nama : Firmaniwati
Umur : 55 tahun
Alamat : Kelurahan Tarok
Jenis Kelamin : Perempuan
Tingkat Pendidikan : D2 Pendidikan Agama Islam
Pekerjaan : Guru SD
5. Nama : Mike Wahyuni
Umur : 22 tahun
Alamat : Kelurahan Koto Baru
Jenis Kelamin : Perempuan
Tingkat Pendidikan : Akademi Kebidanan
Pekerjaan : Bidan
6. Nama : Heru
Umur : 31 tahun
Alamat : Labuah Silang
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tingkat Pendidikan : Akademi Kepolisian

- | | | |
|--|-----------|---------|
| | Pekerjaan | : Polri |
|--|-----------|---------|
7.

Nama	: Reno
Umur	: 40 tahun
Alamat	: Guguak Kuranji
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tingkat Pendidikan	: S1
Pekerjaan	: Guru SMP N 4 Kec. Guguak Kuranji
 8.

Nama	: Ami
Umur	: 27 tahun
Alamat	: Labuah Basilang
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tingkat Pendidikan	: PGSD
Pekerjaan	: Guru SD
 9.

Nama	: Ilham
Umur	: 19 tahun
Alamat	: Tanjung Gadang
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Tingkat Pendidikan	: STKIP
Pekerjaan	: Mahasiswa
 10.

Nama	: Fika Hariani
Umur	: 22 tahun
Alamat	: Kelurahan Cubadak Air
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tingkat Pendidikan	: Akademi
Pekerjaan	: Mahasiswa
 11.

Nama	: Nani
Umur	: 24 tahun
Alamat	: Jln. Tanmalaka Napar
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tingkat Pendidikan	: S1 Ekonomi
Pekerjaan	: PNS
 12.

Nama	: Yori
Umur	: 24 tahun
Alamat	: Danguang-Danguang
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Tingkat Pendidikan	: SMA
Pekerjaan	: Dagang
 13.

Nama	: Frankie Kurniawan
Umur	: 23 tahun

- | | | |
|--|--------------------|----------------|
| | Alamat | : Balai Cacang |
| | Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| | Tingkat Pendidikan | : Sarjana |
| | Pekerjaan | : Mahasiswa |
14. Nama : Mega
 Umur : 19 tahun
 Alamat : Kelurahan Balai Gadang
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tingkat Pendidikan : Sarjana
 Pekerjaan : Dagang
15. Nama : Sari
 Umur : 22 tahun
 Alamat : Balai Jariang
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tingkat Pendidikan : Diploma
 Pekerjaan : Wirausaha
16. Nama : Elna
 Umur : 28 tahun
 Alamat : Jln. Jeruk Kubu Gadang
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tingkat Pendidikan : Sarjana Ekonomi
 Pekerjaan : PNS
17. Nama : Yola
 Umur : 26 tahun
 Alamat : Tanjung Pati
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tingkat Pendidikan : SMA
 Pekerjaan : Pedagang

2. Informan Kunci

a. Manager Plaza Payakumbuh

Tanggal Wawancara	: 29 Mei 2010
Lokasi Wawancara	: Kantor Bagian Pemasaran Plaza Payakumbuh
Waktu Wawancara	: 14.00

Identitas Informan

Nama	: Amri
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Umur	: 38 tahun
Pendidikan Terakhir	: Akademi

Tinggal : Payakumbuh
Pekerjaan : Operasional Manager Plaza Payakumbuh
b. Kepala Office SDM Ramayana

Tanggal Wawancara : 1 Juni 2010
Lokasi Wawancara : Kantor SDM
Waktu Wawancara : 10.00 WIB

Identitas Informan

Nama : Alex Sandi, SE
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 31 tahun
Pendidikan Terakhir : Sarjana Ekonomi
Tempat Tinggal : Jln. Kajoja No. 42 Payakumbuh
Pekerjaan : Manager Ramayana Payakumbuh

Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

JUDUL : PERILAKU KONSUMEN PADA PASAR MODERN

(Studi Terhadap Konsumen Plaza Payakumbuh).

1. *Informan Biasa* yaitu konsumen Plaza Payakumbuh.

Tanggal Wawancara :
Lokasi Wawancara :
Waktu Wawancara :

Identitas Informan

Nama :
Umur :
Alamat :
Jenis Kelamin :
Tingkat Pendidikan :
Pekerjaan :

Pertanyaan

- I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.
 1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh?
 2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh?
 3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh?
 4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh?
- II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.
 1. Aktivitas apa yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh?
 2. Setiap berapa kali anda datang ke Plaza Payakumbuh?
 3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati?
 4. Bagaimana kebiasaan berpakaian anda di saat datang ke Plaza Payakumbuh?
 5. Berapa lama anda menghabiskan waktu di Plaza Payakumbuh?

6. Apakah manfaat yang anda peroleh sejak anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh?
7. Apakah anda pernah merasa tidak puas atau mendapat kendala dari transaksi yang dilakukan?
8. Bagaimana respon anda terhadap pusat perbelanjaan Plaza Payakumbuh?
9. Bagaimana pendapat anda tentang harga barang di Plaza Payakumbuh?
10. Setelah melakukan aktivitas konsumsi apa yang anda rasakan?
11. Apa perbedaan berbelanja di Pasar Tradisional dengan Plaza Payakumbuh?

2. Informan Kunci

a. Manager Plaza Payakumbuh

Tanggal Wawancara :
 Lokasi Wawancara :
 Waktu Wawancara :
 Identitas Informan
 Nama :
 Jenis Kelamin :
 Umur :
 Pendidikan Terakhir :
 Tempat Tinggal :
 Pekerjaan :

Pertanyaan

1. Berapa lama anda bekerja sebagai manager di Plaza Payakumbuh ini?
2. Apa pendapat anda tentang perilaku konsumen Plaza Payakumbuh?

b. Kepala Ramayana

Tanggal Wawancara :
 Lokasi Wawancara :
 Waktu Wawancara :
 Identitas Informan
 Nama :
 Jenis Kelamin :
 Umur :
 Pendidikan Terakhir :
 Tempat Tinggal :
 Pekerjaan :

Pertanyaan .

1. Berapa lama anda bekerja di Plaza Payakumbuh?
2. Apa pendapat anda tentang perilaku konsumen di Plaza Payakumbuh?

Lampiran 3

TRANSKIP WAWANCARA

Transkrip wawancara ini telah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Tetapi telah diredaksi bahasan dan daftar pertanyaanya :

1. **Susilawati, 38 tahun.**
Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di Sicincin Hilir. Pendidikan terakhir SMA dan berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga. Diwawancarai pada hari Selasa tanggal 1 Juni 2010 jam 11.30 WIB.
- I. **Mendeskrripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ibuk datang ke Plaza Payakumbuh tujuannya untuk pergi main-main saja, main di time zone, jalan-jalan, pergi cuci mata, lihat-lihat apa yang dijual di plaza, sebenarnya rasa ingin tahu di Plaza itu orang jual apa saja. Kalau untuk berbelanja bulanan tidak, ibu tidak ke swalayannya. Di Plaza ingin lihat tarif baju, disini sejuk nyaman karena pakai ac.
 2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ibuk kesini bersama anak-anak ibu, tempat anak main. Sepulang jemput anak dari sekolah.
 3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Berbelanja disini sejak mulai adanya Plaza di Payakumbuh, sebelumnya ibu belanja di Swalayan di pasar Payakumbuh.
 4. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? Senang, apalagi anak ibu, kalau di ajak ke Plaza. Girangnya minta ampun.
- II. **Mendeskrripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Pertama kami ke time zone, main game, setelah itu kami jalan-jalan lihat yang disuka sama anak ibuk, terus makan di fastfood
 2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Ke Plaza seringnya bulan baru, baru menerima gaji.
 3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Department Store beli baju buat anak, terus restoranya, karena makanan disini lumayan enak, tempatnya bersih. Berbelanja dengan memakai troli, area parkir yang luas, kendaraan kita aman di situ.
 4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaian yang di pakai yang penting sopan, kesini kan tujuannya untuk santai, refreshing, tidak yang mewah seperti mau ke pesta.
 5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Perginya siang sepulang anak ibuk sekolah, sorenya nanti juga pulang, sampai anak bosan main di Plaza, pokoknya semuanya untuk menemani anak main saja.

6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Produk yang sering dibeli disini baju-baju, cemilan-cemilan, karena mudah memilihnya banyak pilihan.
7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Konsumen lebih banyak manfaatnya berbelanja di Plaza Payakumbuh dari pada di pasar tradisional. Misalnya main di time zone dapat menambah daya kreatifan anak bermain. Belanja disini tidak perlu adanya tawar-menawar, harganya sudah pasti. Belanja dilayani oleh SPG, disini pakaian yang dibeli bisa dicoba dulu di kamar pas. Ibu tidak pernah mendapatkan kendala dalam berbelanja, Plaza memanjakan masyarakat, tetapi juga memberikan kemudahan kepada masyarakat dengan pilihan berbagai macam pakaian untuk anak-anak, orang dewasa, memberikan daya tarik konsumen untuk mengunjungi Plaza, sehingga orang datang ke plaza berulang-ulang kali karena sudah menjadi suatu kebutuhan
8. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Tidak pernah, karena Plaza memanjakan masyarakat, tetapi juga memberikan kemudahan kepada masyarakat dengan pilihan berbagai macam barang yang di pajang. Memberikan daya tarik kepada konsumen untuk ingin mengunjungi Plaza.
9. Menurut anda perilaku konsumen semenjak adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Mungkin konsumen lebih arogan, sombong, yang biasanya berbelanja di pasar tradisional sekarang lebih cenderung pergi ke mall untuk berbelanja. Menganggap Pasar Tradisional sudah tidak nyaman, panas disaat berbelanja. Konsumen kadang memaksakan diri untuk berbelanja di plaza karena *gengsi* belanja di pasar tradisional, ikut-ikutan *trend*. Padahal kadang lebih mahal dari Pasar Tradisional, baju-baju yang dijual disini kebanyakan bermerek, tetapi tidak masalah demi mendapatkan barang yang bagus.

2. Dini, 23 tahun.

Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di Kubu Gadang. Pendidikan terakhir diploma dan berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga. Diwawancarai pada hari Selasa tanggal 1 Juni 2010 jam 12.03 WIB.

I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktifitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Saya ke Plaza Payakumbuh untuk berbelanja. Saya belanja baju di Plaza Payakumbuh rutin seminggu sekali, karena modelnya ganti-ganti, bagus-bagus, tidak hanya itu-itu terus bajunya. Berbelanja baju disini puas. Bedalah kalau pasar tradisional. Di Ramayana pakaian yang dijual menengah keatas, maksudnya yang agak bermerek Lihat-lihat baju, kalau ada yang bagus saya beli. Nyaman saja pergi ke Plaza karena komplit barang-barang yang dijual disini, mulai dari kebutuhan pribadi sampai rumah tangga. Mau beli apa tinggal pilih saja di supermarket. Barang-barang yang dijual juga baru-baru, kualitasnya bagus. Selain itu saya juga cuci mata lihat-lihat hiburan yang ada misalnya sekali sebulan ada acara di sini, ada artis minang yang datang.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ke Plaza bersama sepupu saya Sisri, kadang juga bersama suami dan bawa anak juga, pernah juga sendiri,

3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Berbelanja di sini sejak dibangunnya Plaza Payakumbuh, kalau tidak salah bulan Maret 2009.
4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Karena lihat-lihat saja, tertarik melihat apa yang dijual di Plaza Payakumbuh, dari luar sudah kelihatan menariknya, rasa ingin tau saja.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Pertama datang saya biasanya lihat-lihat baju. Terus beli kebutuhan pokok, makanan-makanan, buah-buahan, cemilan, yang penting membeli susu buat anak, karena harga susu di sini lebih murah dari pada toko-toko di Pasar Payakumbuh. Belanja sembakonya cuma sekali sebulan. Setelah berbelanja biasanya kami makan di *Fastfood* bawah. Tidak untuk main game karena anak saya masih kecil.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Ke Plaza biasanya sekali seminggu.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Swaiayan, Department Store beli baju buat anak, terus restorannya.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaian yang saya pakai agak beda dari pakaian yang di pakai ke pasar tradisional, kalau di pasar tradisional pakai baju kaus ketat jika dilihat orang pasti di ganggu orang yang jualan, disini ngak biasa saja.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Tergantung ke Plaza mau apa, kalau sekedar beli sembako saja biasanya tiga jam, tapi kalau untuk makan, jajan-jajan, lihat-lihat baju biasanya sampai setengah hari disini.
6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Lebih dominan ke sembako, baju, yang ada discountnya dan keperluan bulanan, mingguan.
7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Plaza Payakumbuh nyaman untuk dikunjungi, selain aman dan sejuk pelayanannya bagus. Dapat beli baju yang bagus ada discount, di pasar lain tidak ada discount.
8. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam belanja? Tidak pernah, karena pelayanan bagus.
9. Apa perbedaan berbelanja di Plaza Payakumbuh dengan Pasar Tradisional? Bedaiah, kalau di Ramayana pakaian yang di jual menengah ke atas, maksudnya yang agak bermerek, kalau di pasar tradisional ada juga yang bermerek, tapi lebih mudah mendapatkannya di Ramayana.

3. Ratna, 29

Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di Koto Nan 4. Pendidikan terakhir STKIP dan berprofesi sebagai guru SMP. Diwawancarai pada hari Selasa tanggal 1 Juni 2010 jam 12.34 WIB.

- I. **Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Datang ke Plaza tujuannya untuk pergi berbelanja kebutuhan pokok ke Plaza. Transaksi berbelanja disini tidak pakai tawar-menawar, jadi suka-suka saja. Kalau suka ya Saya beli. Maksud ke Plaza Payakumbuh tujuannya untuk pergi berbelanja kebutuhan pokok, merasa cocok berbelanja disini. Kalau ke Pasar tradisional tentu tidak dengan baju bagus. Kalau saat jam istirahat kerja pergi ke pasar tradisional itu tidak cocok dengan pakai baju dinas karena pasar tradisional becek. Ke pasar tradisional Cuma tempat membeli sayur saja. Ke Plaza Payakumbuh lebih elegan dari pasar tradisional dengan belanja pakai troli.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Kalau untuk berbelanja biasanya sendiri saja sepulang dari sekolah langsung ke sini. Kalau keluarga dukung-dukung saja. Kadang kesini juga bareng dengan keluarga.
3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Saya berbelanja disini sejak adanya Plaza Payakumbuh, sebelumnya berbelanja kebutuhan pokok di swalayan yang dekat Pasar Payakumbuh.
4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Tahu-tahu begitu saja, karena ada pusat perbelanjaan baru maka belanja disini.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Aktivitas yang dilakukan berbelanja di swalayan kebutuhan dapur, makan di fastfood. Saya ke Plaza Payakumbuh untuk berbelanja kebutuhan pokok, kebutuhan dapur, alat-alat rumah tangga di supermarket. Belanja disini dapat menghemat waktu Saya berbelanja. Saya kan Ibu Rumah tangga dan seorang guru juga, jadi sibuk makanya belanja Cuma sekali sebulan. Belanja disini Cuma 2 jam lamanya sudah membawa 3 kantong plastik belanja. Semua kebutuhan pokok ada disini, mulai buah-buahan, sabun-sabun, cemilan, kan kalau belanja di pasar tradisional tempat membeli barang terpisah di toko-toko pindah sini- pindah sana, kalau disini tersedia semuanya, efisien, tinggal ambil barang, masukkan ke keranjang.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Saya melakukan aktivitas konsumsi yang rutin sekali sebulan, hari-hari lain tidak ada, bulan baru lah.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Tempat parkirnya bagus, luas, kendraan kita aman. Beda kalau di Pasar Payakumbuh, tempat parkir motor cuma di pingir jalan.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda ke Plaza Payakumbuh? Berbeda ya dari pergi ke Pasar Tradisional, kalau ke Plaza pakai baju bagus sedikit, kadang pulang kerja langsung kesini memakai baju dinas. Kalau ke Pasar Tradisional biasa saja, kan pasarnya becek. Ke pasar cuma beli sayur saja. Tapi kalau ke Plaza bisa membawa anak jalan-jalan main di arena bermain.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Kalau ke Plaza dua sampai tiga jam lah buat beli kebutuhan pokok.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Datang ke Plaza tujuannya untuk pergi berbelanja kebutuhan pokok ke Plaza. Transaksi berbelanja disini tidak pakai tawar-menawar, jadi suka-suka saja. Kalau suka ya Saya beli. Maksud ke Plaza Payakumbuh tujuannya untuk pergi berbelanja kebutuhan pokok, merasa cocok berbelanja disini. Kalau ke Pasar tradisional tentu tidak dengan baju bagus. Kalau saat jam istirahat kerja pergi ke pasar tradisional itu tidak cocok dengan pakai baju dinas karena pasar tradisional becek. Ke pasar tradisional Cuma tempat membeli sayur saja. Ke Plaza Payakumbuh lebih elegan dari pasar tradisional dengan belanja pakai troli.
 2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Kalau untuk berbelanja biasanya sendiri saja sepulang dari sekolah langsung ke sini. Kalau keluarga dukung-dukung saja. Kadang kesini juga bareng dengan keluarga.
 3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Saya berbelanja disini sejak adanya Plaza Payakumbuh, sebelumnya berbelanja kebutuhan pokok di swalayan yang dekat Pasar Payakumbuh.
 4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Tahu-tahu begitu saja, karena ada pusat perbelanjaan baru maka belanja disini.
- II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Aktivitas yang dilakukan berbelanja di swalayan kebutuhan dapur, makan di fastfood. Saya ke Plaza Payakumbuh untuk berbelanja kebutuhan pokok, kebutuhan dapur, alat-alat rumah tangga di supermarket. Belanja disini dapat menghemat waktu Saya berbelanja. Saya kan Ibu Rumah tangga dan seorang guru juga, jadi sibuk makanya belanja Cuma sekali sebulan. Belanja disini Cuma 2 jam lamanya sudah membawa 3 kantong plastik belanja. Semua kebutuhan pokok ada disini, mulai buah-buahan, sabun-sabun, cemilan, kan kalau belanja di pasar tradisional tempat membeli barang terpisah di toko-toko pindah sini- pindah sana, kalau disini tersedia semuanya, efisien, tinggal ambil barang, masukkan ke keranjang.
 2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Saya melakukan aktivitas konsumsi yang rutin sekali sebulan, hari-hari lain tidak ada, bulan baru lah.
 3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Tempat parkirnya bagus, luas, kendaraan kita aman. Beda kalau di Pasar Payakumbuh, tempat parkir motor cuma di pingir jalan.
 4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda ke Plaza Payakumbuh? Berbeda ya dari pergi ke Pasar Tradisional, kalau ke Plaza pakai baju bagus sedikit, kadang pulang kerja langsung kesini memakai baju dinas. Kalau ke Pasar Tradisional biasa saja, kan pasarnya becek. Ke pasar cuma beli sayur saja. Tapi kalau ke Plaza bisa membawa anak jalan-jalan main di arena bermain.
 5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Kalau ke Plaza dua sampai tiga jam lah buat beli kebutuhan pokok.

6. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Dapat membawa anak ke tempat bermain time zone. Berbelanja menjadi puas, senang, kenyamanan berbelanja. Tidak banyak gangguan saat berbelanja.
7. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Sejauh ini belum pernah.
8. Apa perbedaan berbelanja di Plaza Payakumbuh dengan Pasar Tradisional? Bedalah, kalau di Ramayana tidak ada tawar-menawarnya, jadi kita tidak merasa termahal membeli sesuatu barang. Ada arena bermain untuk anak, kadang tidak untuk anak tetapi orang tua juga ikut main, ini bagus untuk perkembangan kreativitas anak bermain. Disini ada AC, jadi nyaman berbelanja disini jadi betah lama-lama, kalau di Pasar Tradisional kan banyak polusi.

4. Firmaniwati, 55 tahun.

Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di Kelurahan Tarok, Koto Nan Gadang. Pendidikan terakhir D2 Pendidikan Agama Islam dan berprofesi sebagai Guru SD. Diwawancarai pada hari Selasa tanggal 1 Juni 2010 jam 18.00 WIB.

I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Berbelanja di sini, karena harga barang yang dijual disini murah, tidak melakukan aktivitas tawar-menawar, berbelanja memakai keranjang.
Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ke Plaza biasanya bersama anak-anak, saudara perempuan saya, tetangga, keponakan. Kami biasanya pergi ke Plaza ramai-ramai, membawa anak-anak bermain juga. Jadi Ibuk pergi ke Plaza Payakumbuh biasanya bersama ke dua anak Ibuk yang bernama Budi dan Desi, kami juga pergi bersama-sama saudara perempuan, Ipar Perempuan, keponakan dan teman Ibuk. Sebelumnya kami pergi ke Plaza Payakumbuh, kami janji dulu. Terkadang anak Ibuk yang menyampaikannya ke saudara perempuan untuk mengajak dia pergi ke Plaza Payakumbuh. Kebetulan rumahnya dekat dari rumah Ibuk. Biasanya pergi ke Plaza ramai-ramai untuk mengajak anak-anak bermain juga
2. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Berbelanja di sini sejak dibangunnya Plaza Payakumbuh, sudah setahun lamanya sebelumnya Saya berbelanja di swalayan di Pasar Payakumbuh.
3. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Informasi untuk datang kesini dari brosur yang di bagi-bagikan. Dibrosur ada harga-harga barang dan pakai gambar, jadi tertarik, baru buka sudah ada discount.
4. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? Senang ya, dukung-dukung saja, bahkan kami datang kesini sekelompok, ada suami, anak-anak, dan teman.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Berbelanja, lihat-lihat baju, main game, makan di CFC karena ayam enak disini, beli CFC bersama anak-anak.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Tidak terhitung dalam seminggu pasti ada ke Plaza, kadang seminggu tiga kali. Kapan mau pergi saja, di ajak anak ke Plaza ikut.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Supermarket, department Store beli baju buat anak, terus restorannya.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Cara berpakaian tinggi sedikit, gengsi tinggi, pakai pakaian yang gaya dari pada ke Pasar Tradisional. Tidak bisa pakai baju jelek ke sana, malu kita nanti, dia yang pergi belanja ke Plaza orang elit.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Biasanya 4 jam, datang jam 7 malam pulang jam 10 malam. Ibu datang kesini setelah azan magrib, karena sholat dulu dirumah. Disini tempat sholatnya sempit.
6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Yang sering dibeli disini minyak kemasan, karena disini minyaknya murah dari yang dijual dikedai-kedai disini ada discount. Dan juga beli aksesoris yang lucu, mainan jilbab, disini harganya relative murah, modelnya juga baru-baru. Beli kebutuhan rumah tangga mudah memilihnya disini, seperti alat-alat bedak, perlengkapan mandi, sabun-sabun.
7. Hari apa biasanya anda datang ke Plaza Payakumbuh? Hari jumat, sabtu, minggu, karena hari itu biasanya ada discount Ramayana, kalau hari-hari biasanya jarang ada discount.
8. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Karena Plaza Payakumbuh dekat dari rumah jalan sedikit sudah sampai jadi Plaza memberikan manfaat untuk sekedar hiburan tempat bermain, jalan-jalan. Mudah dalam berbelanja karena menggunakan keranjang plaza, kesanya mewah apa yang kita beli walaupun yang dibeli disini hanya makanan, kantong plastiknya mewah. Dapat berbelanja baju bagus, bermutu tinggi.
9. Menurut anda bagaimana perilaku konsumen di Plaza Payakumbuh dengan Pasar Tradisional? Beda ya, konsumen karena adanya Plaza Payakumbuh mereka lebih cenderung untuk belanja di Plaza Payakumbuh, karena tempat yang mewah, megah. Barang yang dijual bermutu, dan berbelanja tidak kepanasan saat berbelanja. Kita merasa dimanjakan dengan cara berbelanja disini.

5. Mike Wahyuni, 22 tahun.

Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di Kelurahan Koto Bru Balai Janggo, Koto Nan Gadang. Pendidikan terakhir D3 Bidan dan berprofesi sebagai Bidan. Diwawancarai pada hari Kamis tanggal 3 Juni 2010 jam 13.40 WIB.

- I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Untuk memenuhi kebutuhan pribadi pergi berbelanja di Ramayana, dan mengajak anak kakak Saya main time zone. Namanya Noval, dia senang sekali main disini.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ke Plaza biasanya dengan keponakan Saya, membawa dia jalan-jalan, karena Ibu nya kan sibuk jadi Saya yang membawa Dia main.
3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Sejak dibangun Plaza saya sudah mulai berbelanja disini.
4. Dari mana dapat informasi untuk berbelanja disini? Informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh karena tahu dari blosur-blosur yang dibagikan. Saya tertarik dengan gambar-gambar barang-barang bagus yang tercantum harganya, pertama sekali sudah ada discount dibawah gambar, dari gambar sudah kelihatan cantik-cantik, menarik untuk membelinya. Baju-bajunya bagus-bagus

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Main game, belanja, lihat-lihat baju. Setelah puas main game, lihat-lihat baju di departement store, Saya mengajak keponakan Saya makan di CFC lantai 2. Makan disini ada paket 25.000 dapat nasi, ayam, dan minum, dan bonus nya dapat kotak makanan. Tempatnya sejuk, nyaman untuk anak-anak, ada musiknya. Keponakan Saya senang sekali kalau duduk di meja yang khusus untuk anak-anak. Kalau foto disini bagus. Ada patung ayam.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Sekali sebulan.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Swalayan, department Store, tempat parkirnya luas.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaianya yang penting rapi saja, sopan,
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Biasanya sekitar 3 jam.
6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Yang sering dibeli disini es cream, karena disini harganya murah.
7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Barang yang dicari mudah didapat, semuanya tersedia, mulai dari kebutuhan individu sampai rumah tangga ada, banyak pilihan makananya.
8. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Antri di saat mau membayar.
9. Apa perbedaan berbelanja di Plaza Payakumbuh dengan Pasar Tardisional? Konsumen nyaman berbelanja di Plaza Payakumbuh, fasilitas yang modern dengan adanya escalator di Plaza tidak capek-capek naik jenjang.

5. Heru, 31 tahun.

Jenis kelamin laki-laki dan bertempat tinggal di Labuah Basilang. Pendidikan terakhir Akademi Kepolisian dan berprofesi Polisi. Diwawancarai pada hari Kamis tanggal 3 Juni 2010 jam 17.55.00 WIB.

- I. **Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? untuk mengajak anak main, refresing dan sambil shopping lah lihat-lihat barang, ada yang minat dibeli. Kebetulan kadang ada baju bagus yang lagi discount. Saya pergi ke Plaza Payakumbuh karena di Plaza Payakumbuh tempatnya nyaman untuk mengajak anak main, karena juga datang untuk refresing sambil shopping, lihat-lihat baju, kalau ada yang minat dibeli. Kesini bersama istri Saya dan anak yang berumur 5 tahun. Plaza Payakumbuh ini Saya tahunya dari Istri yang mengajak pertama kali. Anak Saya senang sekali kalau di ajak ke Plaza, setiap Dia menangis selalu Dia mengajak untuk pergi main ke Plaza Payakumbuh. keluarga adalah anak, Istri, dan Suami. Kalau anak minta untuk pergi suami tidak bisa pergi, ya kemungkinan tidak jadi pergi.
 2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ke Plaza bareng sama anak dan istri.
 3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Berkunjung kesini sejak adanya Plaza di Payakumbuh. Awal pembukaanya yang ada artis Ravfi Ahmad.
 4. Dari mana anda mendapat Informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Tahu dari istri Saya, istri Saya yang mengajak pertama kali.
 5. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? Keluarga ada anak, istri, suami, kalau anak mau suami tidak bisa mungkin juga tidak pergi. Tidak selalu di kategorikan kalau ada uang kita ke Plaza. Dalam artian yang kita bicarakan tadi uang itu relative. Yang jelas ada kemauan, untuk apa pergi ke Plaza. Kalau ada uang ya kita belanja, kalau tidak ada uang jalan-jalan saja.
- II. **Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Kita main game di time zone 2000. Terus kita makan CFC yang dibawah, setelah kita selesai main, jalan-jalan, putar-putar, lihat-lihat barang. Biasanya kita makan dibawah baru kita pulang, tidak selalu kita kesini berbelanja.
 2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Datang ke Ramayana mungkin tidak bisa ditentukan, mungkin karena kita tergantung waktu, kalau ada waktu luang, tidak ada kerjaan mungkin setiap hari bisa.
 3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Swalayan, department Store beli baju buat anak, terus restoranya.
 4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaian rerative, yang penting sopan, sederhana, tidak menampilkan mewahnya.
 5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Kalau kesini sampai bosan, kalau sudah bosan baru kami pulang, Ibu bosan, anak bosan, ya kami pulang.

6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Kami kesini cuma main-main kalau membeli suatu barang tertentu tidak ada.
7. Hari apa biasanya anda datang ke Plaza Payakumbuh? Kalau datang hari libur kan ramai, kita datangnya pas hari tidak libur, jadi tidak terlalu berisik. Hari-hari sengang, pulang dari kantor ngajak anak main.
8. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Bagi Saya Plaza Payakumbuh adalah tempat rekreasi. Saya bisa menghabiskan waktu nongkrong di restoran yang disukai sambil nyantai menikmati suasana. Apalagi kalau di Plaza itu ada tempat mainan anak-anak. Jadilah Plaza sebuah lokasi rekreasi yang instan buat kami sekeluarga. Khusus bagi kita, nyaman saja kalau disini, tempatnya udaranya sejuk, jauh dari polusi, pokoknya penuh keindahan, dan juga barangnya bermutu, membuat kita untuk betah sering-sering kesini. Anak saya yang kecil senang sekali kalau di ajak ke Plaza, setiap dia nangis, dikatakan kita pergi ke Plaza dia senang sekali, tempat bermain disini sudah menjadi suatu kebutuhan bagi anak saya. Kalau soal bonus berbelanja saya pribadi tidak terlalu mengharapkan bonus disini, belanja hanya sekedar jalan-jalan saja, kesenangan, tidak mengharapkan yang lain.
9. Apa perbedaan berbelanja di Plaza Payakumbuh dengan Pasar Tradisional? Yang jelas suatu daerah, tanda daerah itu maju yang diharapkan oleh masyarakat wilayah Payakumbuh, dengan pertama kalinya ada Plaza di Kota Payakumbuh, bagi masyarakat perkotaan dan daerah diibaratkan sebagai hiburan. Dahulunya hanya ada di kota-kota besar saja, sekarang di daerah sudah ada Plaza dengan pusat permainan. Dari segi konsumsi masyarakat yang karena dominan ekonominya lemah atau sederhana mungkin berobsesi untuk pergi ke Plaza untuk berbelanja, karena kalau dilihat dari harganya mahal, tidak mungkin terjangkau oleh masyarakat lainnya, karena disini harga barang pakai brand, tidak tawar-menawar disini.

7. Reno, 40 tahun.

Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di Guguak Kuranji. Pendidikan terakhir STKIP dan berprofesi Guru. Diwawancarai pada hari Kamis tanggal 3 Juni 2010 jam 18.12.00 WIB.

1. **Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ke Plaza untuk pergi refreshing. Pergi ke plaza dikarenakan aman berada di Plaza, terlindung belanja tidak ada gangguan, tempat berbelanjanya tidak becek. Belanja disini tidak pakai tawar-menawar. Praktis saja disini. Ibu suka membeli perlengkapan kosmetik disini, kalau beli di Pasar Tradisional takut tertipu produk palsu. Disini belanja di counter-counter sesuai merek kosmetiknya.
 2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ibu kesini dengan dua anak Ibu, terus dengan keponakan.
 3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Sejak adanya Plaza payakumbuh.

4. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? Bagus, senang, kan disini barang-barangnya bermutu, terjamin kualitasnya, mungkin kita tidak tertipu oleh adanya pemalsuan produk yang terjadi di took-toko di pasar biasa.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Pertama mengantarkan anak bermain di time zone, setelah itu baru berbelanja disini, sebelum pulang biasanya kita makan atau minum jus di fastfood lantai tiga.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Datang kesini tidak rutin, cuma kebetulan ibu pergi ke Pasar Payakumbuh kemudian singgah ke Plaza untuk mengajak anak-anak main disini, mungkin hanya sekali sebulan, rumah ibu jauh dari sini.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Restoran, time zone.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaiann bagus tentunya, apalagi untuk membawa anak main. Anak harus kelihatan rapi, ibunya juga begitu.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Kalau selama disini biasanya setengah hari. Sekali-sekali pergi ke Plaza.
6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Kalau produk yang dibeli kebanyakan kami mengkonsumsi makanan, biscuit, kue-kue.
7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Manfaatnya mudah mencari barang-barang yang diinginkan, tempat yang sejuk, amanlah kalau kita membawa anak kesini.
8. Perilaku konsumen semenjak adanya Plaza Payakumbuh? Berubah, soalnya Plaza Payakumbuh baru didirikan di Payakumbuh, membuat pola konsumtif masyarakat berbeda dari yang tidak tau menjadi tau. Ke Plaza hanya sekedar jalan-jalan saja sekarang. Tidak harus membeli sesuatu yang penting ke Plaza pakai baju bagus. Konsumen tertarik dengan melihat megahnya gedung. Mungkin masyarakat yang awam itu pengen tau, bagaimana Plaza itu. Mungkin masyarakat ada yang belum pernah naik escalator.

10. Ami, 27 tahun.

Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di. Labuah Basilang Pendidikan terakhir PGSD dan berprofesi Guru SD. Diwawancarai pada hari Jumat tanggal 4 Juni 2010 jam 18.00 WIB.

I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ibuk kesini Cuma lihat-lihat saja, kalau ada fastion, Ibu kan sukanya belanja baju-baju, pernah-pernik, ada baju yang cantik ibuk beli, tapi kalau tidak ada ya tidak jadi beli.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Ke sini bersama dengan suami, anak Ibuk belum punya.

3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Pavakumbuh? Sejak pertama Plaza ini berdiri. Ibu sudah datang kesini.
4. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Pavakumbuh? Senang ya. soalnya kesini kan sama suami juga. Suami juga ada yang mau dibelinya.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Pavakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Pavakumbuh? Cuma lihat-lihat saja, refreshing. main game kadang-kadang kalau datangnya dengan suami. Makan disini Cuma dengan suami. Kalau sendiri bagaimana gitu kalau dilihat orang. Belanja ke swalavannya ada juga membeli kebutuhan pokok, biasanya membeli kebutuhan pokok juga di Ramavana, bagus disini lagi dari pada di kedai-kedai, barang disini bermutu.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Pavakumbuh? Dalam seminggu ada dua sampai tiga kali kalau membeli kebutuhan pokok ibu hanya sekali sebulan
3. Apa saja layanan Plaza Pavakumbuh yang anda nikmati? Swalavan. department Store. restoran.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Kesini beda ya, Ibuk biasanya kesini pakai baju yang bagus. kesini tujuan juga pergi main-main. tidak pergi dinas.
5. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Pavakumbuh? Kita aman untuk berbelanja. selain itu berbelanja disini juga irit, belanja kebutuhan pokok sekali sebulan. lebih irit disini.
6. Perilaku konsumen sejak adanya Plaza Pavakumbuh? Konsumen sudah terbiasa dengan pola berbelanja yang pakai tarifnya, tidak bisa tawar-menawar lagi, kan kalau di pasar tradisional kita saling tawar-menawar. Disini ohh segini harganya, bagaimana uangnya, tapi kalau di pasar tradisional kita tidak tau harga baju. kalau kemahalan ya kita cari toko lain. Belanja disini ibuk hanya melihat harga baju. kalau ada discountnya baru datang ke SPG, berapa harga baju setelah discount.

11. Ilham, 19 tahun.

Jenis kelamin Laki-laki dan bertempat tinggal di Taniung Gadang. Pendidikan terakhir SMA dan berprofesi sebagai Mahasiswa. Diwawancarai pada hari Jumat tanggal 04 Juni 2010 jam 17.44 WIB.

I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Pavakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Pavakumbuh? Ke sini untuk menemani pacar Sava beli baju. berbelanja, lihat-lihat baju.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Pavakumbuh? Dengan pacar Sava. sepulang kuliah kami sering kesini. Kan tempat kuliah kami dekat dari sini. Sekalian pergi pacaran.

3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? berbelanja disini semenjak adanya Plaza Payakumbuh.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Cuma temanin pacar Saya untuk membeli berbelanja, beli-beli, jalan-jalan, makan juga. Saya pergi ke Plaza dengan cewek Saya Ani, pacaran di Plaza dianggap gaul, keren, karena tempatnya yang bagus, penuh keindahan, gengsi kita tinggi berkunjung ke Plaza. Biasakan remaja nonkrong-nongkrong di Plaza, ada tempat duduk di Restoran sambil menikmati makananya. Siap menemani cewek balanjo, Awak pai makan di Foodcourt lantai 2. Makanan nan dijual disiko murah, indak terlalu maha. Makan disiko nyaman bebas dari polusi udara, indak sarup makan di tapi jalan yang nbanyak debu. Habis makan kami indak langsung pulang. Kami maota-ota dulu disiko, menikmati suasana Plaza yang indah. Kadang kami ambiak foto badua sadang makan, kan latarnyo ancak di plaza
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Datang kesini tidak tentu saja, ada waktu luang sepulang kuliah kami singah, kadang juga janjiin sama pacar Saya ketemuan di Plaza.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Semua yang ada di Plaza, kami juga main game, kan main game tidak hanya anak-anak, orang dewasa juga main. Terus restorannya.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Kami biasanya sering makai baju yang warnanya sama, sekarang kebetulan tidak. Kan baru pulang dari kampus.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Sekitaran 3 jam, kesini kadang siang, malam, sore.
6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Yang sering dibeli disini pakaian, cewek saya suka beli baju disini, bajunya banyak discount kalau hari Jumat, Sabtu dan Minggu.
7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Tambah-tambah pengalaman, bagus bagi masyarakat Payakumbuh bisa jadi tempat santai disini, sejuk. Biasa kan remaja nonkrong di Plaza.
8. Bagaimana perilaku konsumen sejak ada nya Plaza Payakumbuh? Konsumen lebih cenderung suka berbelanja dengan adanya discount, padahal barang yang discount kadang juga mahal, dengan adanya barang discount mereka senang sekali. Contohnya saja cewek Saya pertama cuma lihat-lihat baju dulu, nanti kalau bajunya sudah discount baru dibeli. Selain itu konsumen juga belajar gaya hidup modern, kan belanjanya di Plaza gitu, agak bergengsi sedikit. Saya ke Plaza biasanya pada hari libur, memanfaatkan waktu kosong untuk pergi ke Plaza, kalau hari senin samapai hari jumat Saya kuliah. Jadi bisa nya cuma hari libur saja. Sebelum adanya Plaza Payakumbuh waktu luang dimanfaatkan untuk kami main ke rumah teman, raun-raun saja di sekitaran Kota Payakumbuh pakai motor. Siap menemani cewek Saya berbelanja, Saya pergi makan di foodcourt lantai 3. Makanan yang dijual disini murah, tidak terlalu mahal. Makan disini nyaman bebas dari polusi udara, tidak

seperti makan dipingir jalan yang banyak debu. Habis makan kami biasanya tidak langsung pergi pulang, kami ngobrol-ngobrol dulu disini, menikmati suasana Plaza yang indah. Terkadang kami juga mengambil foto berdua lagi makan, kan latarnya bagus, di Plaza.

12. Fika Hariani, 22 tahun.

Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di Kelurahan Cubadak Air. Pendidikan terakhir Amd dan berprofesi sebagai Mahasiswa. Diwawancarai pada hari Selasa tanggal 5 Juni 2010 jam 12.30 WIB.

- I. **Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? kesini untuk rekreasi saja.
 2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? dengan teman di tempat kuliah saya. Sekali-kali dengan teman sepulang senam.
 3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? belanja disini sejak adanya Plaza Di Payakumbuh, saya juga melihat pembukaan Plaza pertamakali.
 4. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? senang sekali, apalagi mama saya, dia suka sekali datang kesini.
- II. **Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Saya di Plaza Cuma jalan-jalan, lihat-lihat baju. Perilaku Saya sedang di Plaza, saya ke Plaza tidak selalu membeli barang sesuatu seperti baju, makanan, sepatu. Saya berbelanja cuma sekali-kali kalau ada uang. Tidak selalu ke Plaza untuk berbelanja, tidak selalu dikategorikan kalau ada uang ke Plaza, yang penting Saya jalan-jalan saja, lihat-lihat baju. Mulai dari lantai dua sampai lantai tiga, Saya melihat-lihat orang yang sedang main game.
 2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Ke Plaza seringnya bulan baru, pada hari libur, kalau hari biasa saya kuliah.
 3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Tempat parkirnya yang luas, aman.
 4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Yang penting gaya, bersih tidak kelihatan kayak seperti anak kampung.
 5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? biasanya sampai bosan 3 jam lah.
 6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Produk yang sering dibeli disini baju-baju, cemilan-cemilan, karena mudah memilihnya banyak pilihan.
 7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? belanja lebih murah, ada discount nya.
 8. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Tidak pernah, karena SPG nya ramah melayani konsumen.
 9. Menurut anda perilaku konsumen semenjak adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Konsumen lebih bersifat konsumtif dengan adanya plaza Payakumbuh. cenderung pergi ke Plaza dari pada pasar tradisional.

13. Yori , 24 tahun.

Jenis kelamin Laki-laki dan bertempat tinggal di Danguang-Danguang. Pendidikan terakhir SMA dan berprofesi sebagai Pedagang. Diwawancarai pada hari Minggu tanggal 6 Juni 2010 jam 14.00 WIB.

I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? main di time zone saja.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Saya kesini bersama keponakan Saya dan Istri untuk main ke time zone.
3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? main game disini sejak adanya Plaza di Payakumbuh.
4. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? Senang sekali di ajak ke Plaza Payakumbuh.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Saya kesini bersama keponakan Saya dan Istri untuk main ke time zone, kami main biasanya sampai bosan, mainnya tidak hanya satu jenis permainan saja. Saya main berbagai jenis game. Kesini tujuannya untuk santai, dapat hiburan jadi main sepuasnya sampai mengumpulkan banyak kartu. Adanya time zone di Plaza Payakumbuh bagus, selain belanja juga bisa main-main. Ada game dengan teknologi canggih. Menarik untuk dimainkan
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Ke Plaza seminggu ada tiga kali.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Game di Time Zone saja. Asyik main disini.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaianya yang bagus lah, sesuai dengan kunjungan kita ke Plaza.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? biasanya 4 jam.
6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Baju khusus cowok, bagus-bagus, model-model baru. Saya paling suka beli Jaket disini.
7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? dapat tempat main baru. Sesudah pulang kerja. Biasalah, Saya mengisi waktu luang, mengajak keponakan pergi jalan-jalan. Saya penasaran main disini, soalnya Saya tidak pernah menang banyak. Sering-sering saja main disini, jadi terbiasa soalnya sebelum ada plaza belum pernah main di time zone. Penasaran mau main terus
8. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Pernah, kadang game nya ada yang rusak, padahal lagi asyik-asyiknya main, kesal saja.

9. Menurut anda perilaku konsumen semenjak adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Konsumen jadi sering datang ke Plaza Payakumbuh, banyak fasilitas yang bisa dinikmati terutama, game ini lah. Konsumen lupa waktu berada disini. Tidak tahu-tahunya sudah malam saja hari.

14. Nani, 24 tahun.

Jenis kelamin perempuan dan bertempat tinggal di Jln. Tanmalaka Napar. Pendidikan terakhir Sarjana Ekonomi dan berprofesi sebagai PNS. Diwawancarai pada hari Selasa tanggal 4 Juni 2010 jam 16.46 WIB.

- I. **Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? kesini buat main game, belanja juga kebutuhan sehari-hari. Kakak belanja disini karena main game juga, kakak sudah biasa berbelanja di Plaza karena sebelumnya kakak tinggal di Jakarta. Jadi kakak lebih cenderung belanja disini dari pada Pasar tradisional
 2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? ke sini dengan teman kakak, namanya norma.
 3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? sejak kakak tinggal di Payakumbuh, karena sebelumnya kakak tinggal di Jakarta.
- II. **Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? kakak kesini main game, belanja lihat-lihat barang-barang bagus.
 2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? ke Plaza sekali seminggu, karena kakak selalu belanja disini tidak ditempat lain.
 3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Salah satunya Game ini, main sampai bosan, lalu baru jalan-jalan lihat-lihat baju. Sepatu mumpung lagi discount.
 4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaian yang di pakai yang penting sopan, bagus lah. Enak dilihat.
 5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? perginya siang dan pulangnye sore.
 6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? semuanya, beli apa saja yang ada disini.
 7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Manfaatnya banyak, pertama Main di time zone dapat menambah daya kreatifitasan anak bermain. Berbelanja disini tidak perlu adanya tawar-menawar, harganya sudah pasti. Berbelanja dilayani oleh SPG, disini pakaian yang dibeli bisa di coba dulu di kamar pas.
 1. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Manfaatnya banyak ya, terutama bagi msyarakat Payakumbuh sudah adanya tempat belanja Modern. Konsumen bisa terbiasa dengan fasilitas yang baru menurut mereka yang belum pernah menikmatinya sebelumnya.

2. Menurut anda perilaku konsumen semenjaka adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Konsumen lebih cenderung untuk belanja disini karena rasa pengen tahu apa sich yang dijual disini. Pertamanya konsumen pasti membeli itu. Jadi membeli bukan karena butuh, tetapi lebih ke rasa pengen tahu saja, coba-coba.

15. Franky Kurniawan, 23 tahun.

Jenis kelamin laki-laki dan bertempat tinggal di kelurahan Balai Cacang Koto Nan Gadang. Pendidikan terakhir SMA dan berprofesi sebagai Mahasiswa. Diwawancarai pada hari Sabtu tanggal 17 Juli 2010 jam 17.15 WIB.

I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Untuk pergi berbelanja. Datang ke Plaza Payakumbuh karena tempatnya sejuk, tempat mendinginkan badan, Plaza Payakumbuh tempat janji dengan pacar saja.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Saya pergi ke Plaza dengan Pacar saya, saya jarang sekali pergi dengan orang tua. Dengan pacar karena ke Plaza selain untuk pergi belanja, Saya juga menggunakan waktu untuk pergi jalan-jalan disini. Pacar Saya juga bantu-bantu untuk memilihkan baju yang cocok buat saya.
3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Berbelanja disini semenjak adanya Plaza di Payakumbuh. Pertama kali waktu bulan Ramadhan.
4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Dapat informasi adanya Plaza di Payakumbuh itu dari radio kalau tidak salah dan teman saya.
5. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? Kalau hanya sekedar untuk berbelanja di Plaza itu biasa saja, pada prinsipnya Saya setuju bahwa keberadaan Plaza di Payakumbuh sebagai wahana rekreasi ini perlu dicermati dan tidak perlu dibudayakan dalam keluarga. Tetapi keberadaan Plaza menjadi hiburan tersendiri bagi masyarakat bawah itu sekarang jadi trend di kota manapun, dan juga di kota Payakumbuh yang Plaza baru ada setahun.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Berbelanja dan memanfaatkan CFC sambil menikmati pemandangan lalu lalang pengunjung lain di blakon Plaza.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Ke Plaza seringnya waktu hari libur kuliah, Saya kuliah di UNP. Jadi weekend pulang kampung Saya singah ke Plaza.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Makan di CFC dan membeli baju di departemen Store.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Berpakaian yang pantas, biasalah gaya anak muda sekarag, pakai celana jeans dan kaos oblong.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? kira-kira 4 jam.

6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Makanan, produk laki-laki, misalnya sepatu, pakaian, dasi, ikat pingang, dan perlengkapan laki-laki lainnya. Berbagai merek produk dengan mudah bisa di dapatkan disini.
7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? selain dapat belanja barang-barang bagus juga rekreasi.
8. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Tidak pernah, karena semuanya sudah tersedia.
9. Menurut anda perilaku konsumen semenjak adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Beberapa kebutuhan Saya hanya tersedia di Plaza, kalau di Pasar Tradisional ada juga tapi mudah mendapatkannya di Plaza Payakumbuh. Saya pun sering ke Plaza dengan alasan sangat sederhana , Saya malas tawar-menawar di Pasar Tradisional, apalagi kalau Saya cowok, biasanya baju yang di beli harganya di mahalkan oleh penjualnya. Harga barang di Plaza sedikit mahal, tapi ada kepastian , sementara di Pasar Tradisional Saya harus mengenal penjualnya dulu supaya yakin tidak kemahalan. Saya pun sering ke Pasar Tradisional untuk membeli barang-barang yang sudah saya tahu ancar-ancar harganya.

16. Mega , 19 tahun.

Jenis kelamin Perempuan dan bertempat tinggal di kelurahan Balai Gadang Koto Nan Gadang. Pendidikan terakhir SMA dan berprofesi sebagai Mahasiswa. Diwawancarai pada hari Sabtu tanggal 17 Juli 2010 jam 17.15 WIB.

I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Saya datang ke Plaza Payakumbuh tujuannya untuk mengejar sale, discount barang-barang yang lumayan bagus. Apa lagi di hari Jumat, Sabtu dan Minggu biasanya banyak discount mulai dari baju, sepatu cewek yang bagus-bagus.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Saya datang ke Plaza dengan teman-teman.
3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? belanja disini dimulai semenjaka awal berdirinya Plaza Payakumbuh. Di hari pembukaan Plaza pun Saya datang bersama dengan Mama dan kakak perempuan Saya Mira.
4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Tahu adanya Plaza Payakumbuh dapat info dari teman bahwa di Payakumbuh akan di bangun Plaza. Setelah dibangun Saya melihat iklannya di baliho-baliho yang di pajang di pingir jalan dengan discount yang banyak.
5. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? Tangapanya senang-senang saja, asal jangan terlalu menghabiskan banyak uang, jangan boros. Membeli keperluan yang dibutuhkan.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Berbelanja, makan di foodcourt dan biasanya main game zone dulu, baru terakhir makan.

2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Ke Plaza paling sedikit sebulan sekali, biasanya adalah dua kali sebulan, kalau sering-sering ke Plaza Payakumbuh habis pula uang.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Game zone, main game sampai bosan, mengumpulkan kartu time zone sebanyak-banyaknya, makan di foodcourt, counter-counter baju, dan tempat accessories yang bagus dan murah.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaian yang dipakai yang santai, enak dipakai, enak dipandang kesini untuk pergi santai.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? ke Plaza bersama teman-teman bisa sampai 6 samapi 4 jam. Sampai bosan disini dan apa yang Saya inginkan sudah dapat lalu pulang. Ke Plaza hari biasa, tidak weekend, kalau weekend pengunjungnya ramai sekali.
6. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Saya pribadi senang, bisa senang-senang bersama teman-teman, searching barang-barang baru, pokoknya fun-fun saja. Bisa ada tempat hang out dan tempat shopping anak muda.
7. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Kendalanya antrian pembayaran yang lama sekali, kalau di Pasar Tradisional kan tawar-menawar kalau barangnya suka langsung dibayar.
8. Setelah melakukan aktivitas konsumsi apa yang anda rasakan? Saya merasa melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh ada kepuasan bathin, kan yang dibeli tidak hanya barang-barang, tetapi juga kesenangan, hiburan yang di dapat dari game zone. Saya merasa bangga untuk berbelanja di Plaza.
9. Menurut anda perilaku konsumen semenjak adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Mengunjungi Plaza Payakumbuh atau hang out , belanja di Plaza menjadi gaya hidup masa kini khususnya anak muda. Apa lagi Plaza Payakumbuh baru didirikan di Kota Payakumbuh. Plaza lengkap mendapatkan semua yang dicari pada suatu tempat. Apa yang kita mau tinggal ambil, sudah ada label harga dan sudah teratur barang-barangnya tidak seperti pasar tradisional yang berdesak-desakkan dan rebut.

17. Sari , 23 tahun.

Jenis kelamin Perempuan dan bertempat tinggal di Balai Jariang Koto Nan Gadang. Pendidikan terakhir Dimploma dan berprofesi sebagai Pedagang. Diwawancarai pada hari Sabtu tanggal 19 Juli 2010 jam 18.00 WIB.

- I. **Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**
 1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Saya datang ke Plaza Payakumbuh tujuannya ingin berbelanja berbagai kebutuhan, seperti baju, sepatu dan hanya sekedar main game zone dan makan di restoran.
 2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? bersama dengan cowok Saya, ke Plaza memang asyik berdua dengan pacar.
 3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Sejak adanya Plaza di Kota Payakumbuh.

4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Saya tahu nya Plaza Payakumbuh dari teman, iklan-iklan di jalan dan Koran bahwa dibagunya plaza di Kota Payakumbuh.

5. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh?

II. **Mendeskrripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? main di time zone, makan dan minum di foodcourt, belanja.

2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Saya minimal mengunjungi Plaza Payakumbuh sebulan 2 kali. Kami sering pacaran main di Plaza, sekalian pergi malam minggu.

3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Time zone, foodcourt, departement store.

4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaian biasa saja, menggunakan baju kaos, celana jeans, dan pakai kerudung.

5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? lamanya sampai 3 jam.

6. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? dapat barang-barang berkualitas di Plaza Payakumbuh, bergensi, bagus dari pada belanja di Pasar Tradisional. Bagi Saya mengunjungi Plaza Payakumbuh tentu tersedia barang-barang yang harganya relative murah. Ditambah dengan mutu yang menjanjikan maka disitu lah menjadi daya tarik tersendiri bagi Saya untuk membelinya. Saya akan betah lama-lama di dalam Plaza. Harganya murah, tempatnya bersih, dan bisa memilih-milih variasi barang.

7. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Saya tidak pernah mendapatkan kesulitan.

8. Bagaimana pendapat keluarga anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? Senang ya, karena barangnya sesuai dengan kebutuhan dan sudah menjadi sebuah gaya hidup baru bagi saya dan keluarga, terkadang pergi kesini juga bersama keluarga.

9. Menurut anda perilaku konsumen semenjak adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Pola berbelanja yang dulunya belanja hanya di Pasar tradisional sekarang Saya belanja di Plaza.

16. Elna, 28 tahun.

Jenis kelamin Perempuan dan bertempat tinggal di Jln Jeruk Kubu Gadang. Pendidikan terakhir Sarjana dan berprofesi sebagai PNS. Diwawancarai pada hari Sabtu tanggal 17 Juli 2010 jam 17.15 WIB.

I. **Mendeskrripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.**

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? shopping.

2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Datang kesini bersama anak dan Ibu Saya.

3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? Belanja semenjak berdirinya Plaza Payakumbuh.
4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? Informasinya tahu begitu saja.
5. Bagaimana tanggapan orang-orang di dekat anda berbelanja di Plaza Payakumbuh? tanggapannya orang dekat saya biasa saja, mendukung untuk mengunjungi Plaza Payakumbuh.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Saya ke Plaza biasanya belanja. Sekarang ini Saya ke Plaza untuk belanja bulanan, juga buat mengajak anak main di time zone. Sudah bisa minta mandi bola itu anak saya. Tidak hanya ibu-ibu saja yang mempunyai kegiatan ke plaza. Plaza bisa dijadikan media bagi anak untuk mempelajari bagaimana cara mengenal produk yang baik, cara memilih makanan yang sehat, cara mengatur uang jajan, bahkan berhitung dengan barang belanjaan yang dibeli dan kalau lapar makan di fast food.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? biasanya mengunjungi Plaza 2X dalam sebulan. Ke Plaza seringnya pada hari sengang di sore hari.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Yang paling utama sekali departement store karena datang kesini untuk berbelanja.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Pakaian yang bagus.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? saya paling lama 4 jam.
6. Apa saja produk yang anda beli di Plaza Payakumbuh? Banyak sekali, kebutuhan pokok, kosmetik, belanja keperluan sehari-hari di Plaza yang harganya terjangkau.
7. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? manfaatnya bisa dapat barang bagus, barang berkualitas, berbelanja aman dan nyaman, bersih.
8. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Tidak ada karena ke plaza itu praktis, lokasi Plaza Payakumbuh itu strategis terletak di pusat kota. Hanya di satu tempat kita bisa mendapatkan banyak hal yang kita mau. Plaza tempat berbelanja yang lengkap, nyaman, praktis dan juga relative aman. Rasanya di Plaza kita bisa nyari apa yang kita butuhkan. Walaupun mungkin itu harga barang-barang agak mahal, mungkin sepadan dengan kenyamanan dan kepraktisan.
9. Menurut anda perilaku konsumen semenjak adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Konsumen nya malas untuk berbelanja di Pasar Tradisional, kalau di Plaza Payakumbuh belanja lebih bergengsi, lebih banyak pilihan barangnya dibandingkan dengan berbelanja di Pasar Tradisional.

17. Yola, 26 tahun.

Jenis kelamin Perempuan dan bertempat tinggal di Tanjung Pati . Pendidikan terakhir SMK dan berprofesi sebagai Pedagang. Diwawancarai pada hari Sabtu tanggal 17 Juli 2010 jam 14.00 WIB.

I. Mendeskripsikan alasan konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Apa maksud konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? belanja kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, sabun, makanan yang higienis, hunting baju. Di plaza Payakumbuh tidak ada tawar-menawar.
2. Dengan siapa konsumen datang ke Plaza Payakumbuh? Saya biasanya pergi bersama tetangga.
3. Sejak kapan konsumen berbelanja di Plaza Payakumbuh? ke Plaza sejak plaza baru buka, awal pembukaan sudah berkunjung kesini.
4. Dari mana anda mendapat informasi untuk melakukan aktivitas konsumsi Plaza Payakumbuh? dapat informasi dari teman.

II. Mendeskripsikan perilaku konsumen melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh.

1. Aktivitas apa saja yang anda lakukan di Plaza Payakumbuh? Belanja.
2. Setiap berapa kali anda melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? datang kesini bila ada waktu sengang atau libur, Saya ke Plaza pada sore hari hendak menghabiskan waktu sore dengan berbelanja.
3. Apa saja layanan Plaza Payakumbuh yang anda nikmati? Layanan dalam belanja.
4. Bagaimana kebiasaan cara berpakaian anda datang ke Plaza? Berpakaian yang kasual, modis. Pakai celana jeans yang dipadukan dengan T-Shirt ketat yang enak di pakai di badan.
5. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? 3 jam.
6. Apa manfaat yang anda peroleh sejak melakukan aktivitas konsumsi di Plaza Payakumbuh? menghemat waktu dalam berbelanja karena semua yang saya butuhkan ada disini, lebih nyaman, cenderung dapat barang asi, dan makanan lebih higienis.
7. Apa anda pernah mendapatkan kendala atau merasa tidak puas dalam berbelanja? Kasirnya lelet bekerja, jadi sementara antrian sudah terlalu panjang.
8. Menurut anda perubahan perilaku konsumen semenjak adanya Plaza di Payakumbuh itu bagaimana? Pasar Tradisional gerah, karena tidak ada AC, jadi konsumennya betah lama-lama di Plaza

Manager Plaza Payakumbuh.

1. Amri, 38 tahun

Jenis kelamin laki-laki dan bertempat tinggal di Tanam Mati, Pendidikan terakhir Akademi dan berprofesi Operetional Manager Plaza Payakumbuh. Diwawancarai pada hari Minggu tanggal 29 Mei 2010 jam 14.00 WIB.

1. Berapa lama anda menjabat sebagai manager di Plaza Payakumbuh ini? Saya bekerja disini sudah setahun mulai dari awal berdirinya Plaza payakumbuh.

2. Apa pendapat anda tentang perilaku konsumen Plaza Payakumbuh? Dengan adanya Plaza pertama ini paling tidak berubah pola berbelanja yang dahulunya yang sebelumnya dijalani oleh Payakumbuh dan Lima Puluh Kota biasanya mereka adalah konsumen pasar tradisional. Sekarang dengan adanya Pasar modern seperti ini paling tidak konsumen terbiasa terutama fasilitas. Misalnya fasilitas parkir yang teratur. Terus setelah itu dengan lingkungan berbelanja yang bersih dan nyaman sejuk. Yang ketiga adalah dengan konsumen terbiasa membeli dengan fixed price (harga tetap). Tidak ada tawar-menawar seperti di pasar tradisional. Dengan pola baru seperti itu yang biasanya membentuk perilaku sosial sendiri kepada konsumen, dari yang tidak tahu menjadi tahu. Dari yang tidak biasa akhirnya menjadi biasa. Secara kasarnya sajahlah, biasanya konsumen tidak pernah naik eskalator, nah kalau disini kan pakai escalator, berarti ada perubahan pola sosial lah terhadap mereka. Berdirinya Plaza Payakumbuh bukan semata-mata hanya tempat berbelanja, tetapi karena kebutuhan individu mengikuti perkembangan zaman. Ke plaza pun bisa dianggap sebagai tujuan wisata, karena dengan fasilitas yang diberikan, kenyamanan tempat parkir, kerapian tempat parkir, kenyamanan, lokasi yang sejuk dan aman, lengkap dari pasar tradisional, itu sendiri membuat orang ingin berkunjung dan berkunjung, karena ada hal baru di Kota Payakumbuh.

2. Alex Sandi, SE, 31 tahun

Jenis kelamin laki-laki dn bertempat tinggal di Jlan Keboja, pendidikan terakhir sarjana ekonomi. Dan berprofsi sebagai head Office SDM Ramayana. Diwawancari pada hari Selasa

1. Berapa lama anda menjabat sebagai kepala bagian SDM di Ramayana Payakumbuh? sudah 6 bulan.
2. Apa pendapat anda tentang perilaku konsumen Plaza Payakumbuh? karena di Ramayana ini yang berbelanja disini ya mulai dari kelas atas untuk tingkat kota Payakumbuh. perilaku mereka itu kebanyakan rasa ingin tau, misalnya apa saja yang dijual di Ramayana, fasilitas apa saja yang ada di Ramayana, apa keuntungan kita berbelanja disini, terakhir baru konsumen ingin membeli.
3. Bagaimana perilaku kosumen semenjak adanya Plaza Payakumbuh? mereka yang terbiasa berbelanja di pasar Tradisional mereka berpindah ke pasar modern, sebagian kecil masyarakat sudah terbiasa dengan pola hidup baru, misalkan belanja di pasar modern dengan mengutamakan kerapian, kebersihan, kaulitas barang.

Lampiran Gambar dan Foto-Foto Yang Relevan



Kondisi Plaza Payakumbuh Dari Depan



Wawancara dengan Manager Operasional Plaza Payakumbuh



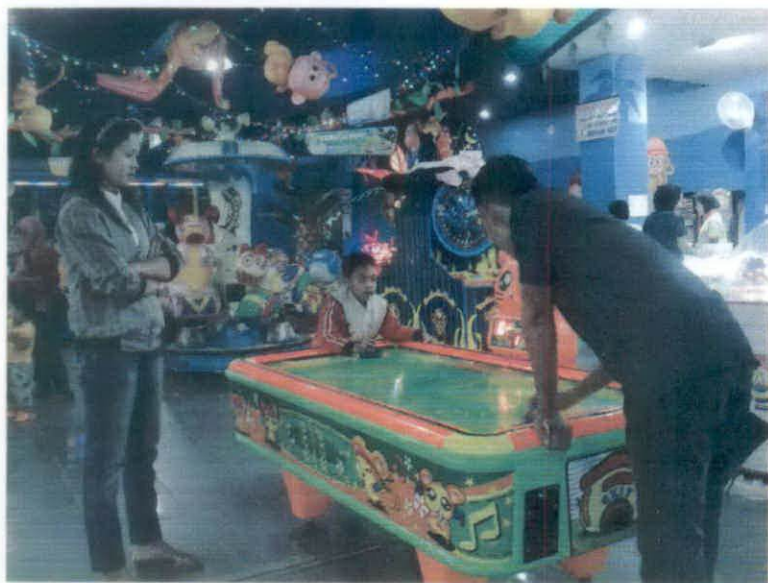
Belanja Bersama Keluarga



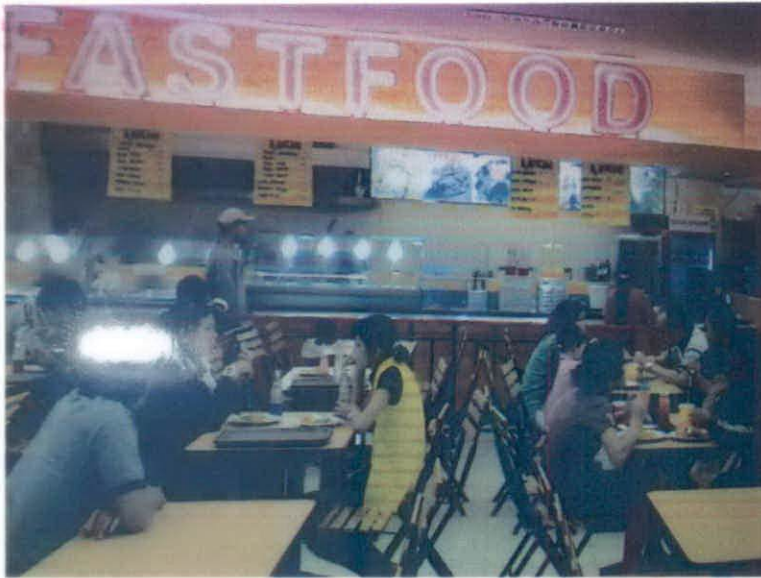
Main di Time Zone



Memilih Baju yang Berlabel Discount



Bermain Game Bersama Keluarga



Makan di Fastfood



Belanja Bersama Pacar



Belanja Bersama Anak-anak



Informan Sedang Melihat Aksesoris



Belanja Bersama Anak-Anak di Supermarket



Belanja di Supermarket



Belanja di Departement Store

RIWAYAT HIDUP

Nama : AFRIANTI
Tempat/ Tanggal Lahir : Payakumbuh, 17 Desember 1987
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jln. H. Rasul No. Kelurahan Tarok, Kec.
Payakumbuh Utara

Riwayat Pendidikan :

1. Tahun 1991 Tamat Tk Raujatul Jannah
2. Tahun 1997 Tamat SD Negeri 05 Kel. Tarok, Kec Payakumbuh Utara
3. Tahun 2003 Tamat SLTP 2 Payakumbuh
4. Tahun 2006 Tamat SMA N 3 Payakumbuh
5. Tahun 2010 Tamat S1 Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas.

Ref no: 027/OP-MIP/OL/V-10

Payakumbuh, 31 Mei 2010

Kepada Yth
Store Manager
Ramayana (R88) Plaza Payakumbuh
Di Payakumbuh

Re : Izin pengambilan foto

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat penugasan yang dikeluarkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas kepada :

Nama : Afrianti

Jurusan : Sosiologi

Program Studi : S1

Untuk melaksanakan penelitian guna menyelesaikan penulisan skripsi (Copy surat penugasan terlampir). Mohon untuk diberikan izin pengambilan foto untuk kelengkapan tugas tersebut diatas.

Demikian yang dapat kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang Bapak berikan, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,

Amri
Opr. Manager

Tembusan Yth:

1. Direktur Utama PT. Minang Indo Perkasa
2. Arsip



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS

Alamat : Kampus Limau Manis Po. Box. 166 PADANG
Telp. (0751) 71266, 36645 Fax. 36645

Nomor : 1158 /H.16.09/PP- 2010
Lamp : -
Hal : Penelitian/Survei/
Studi Pustaka / Praktek Lapangan

Kepada : Yth, Sdr. Manager Operasional
Plaza Payakumbuh
di Plaza Payakumbuh

Dengan ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa kami menugaskan mahasiswa FISIP Universitas Andalas :

No.BP. : 06191041
N a m a : AFRIANTI
Jurusan : SOSIOLOGI
Program Studi : S 1
Alamat : Jln.Dr.M.Hatta No.04A,Ps.Baru Pdang

Untuk melaksanakan penelitian / Survei Awal / Studi Pustaka / Praktek Lapangan :

Dengan Judul : Perilaku Konsumen Pada Pasar Modern { Studi Terhadap Konsumen Plaza Payakumbuh }}

Waktu : 2 Bulan
Tempat : Plaza Payakumbuh.

Dalam Rangka : Penulisan Skripsi

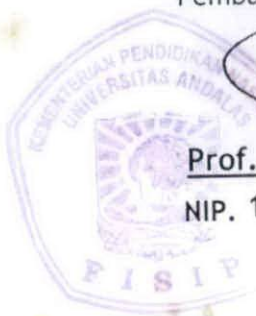
Oleh karena itu kami mohon bantuan Saudara agar yang bersangkutan dapat melaksanakan tugas sebagaimana mestinya.

Disamping itu kami juga mengharapkan bantuan Saudara agar dapat memberikan izin/rekomendasi seperlunya mengenai tugas tersebut diatas.

Atas segala bantuan dan perhatian Saudara, sebelumnya kami aturkan terima kasih.

Padang, 25 Mei, 2010

An. D e k a n
Pembantu Dekan I



Prof. Dr. Afrizal, MA

NIP. 196205201988111001

Tembusan:

1. Rektor Univ.Andalas
2. Ketua Jurusan
3. Dosen Pembimbing
4. Mahasiswa yang bersangkutan