



## Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli di Pasar Seni To'pao

**Nopi Sapa'**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

**Dina Ramba**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

**Rati Pondissing**

Univeristas Kristen Indonesia Toraja

Korespondensi Penulis: [nopisapa511@gmail.com](mailto:nopisapa511@gmail.com)

**Abstrak Nopi' Sapa' 2023. Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli Di Pasar Seni To'Pao.** Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis perilaku konsumen terhadap minat beli di pasar seni to'pao. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dimana peneliti mengembangkan perilaku konsumen terhadap minat beli di [asar seni to'pao. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli di pasar seni to'pao yaitu : 1. Faktor budaya mempengaruhi seseorang melakukan keputusan pembelian mengikut pada kebiasaan masyarakat, atau kelompok suku ras mengoleksi dan memakai saat menghadiri acara tertentu. 2. Faktor sosial berpengaruh pengaruh kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status menyebabkan seseorang melakukan minat beli agar mendapat pengakuan ditengah-tengah masyarakat. 3. Faktor pribadi berpengaruh karna Pekerjaan, umur, serta keadaan ekonomi mendorong seseorang untuk melakukan minat beli. 4. Faktor Psikologi berpengaruh terhadap minat beli melalui motivasi, informasi, maupun pengaruh dari orang lain sehingga secara otomatis menyebabkan perspektif positif terhadap suatu barang.

**Kata Kunci :** Perilaku Konsumen, Minat Beli

**Abstract Nopi 'Sapa' 2023. Analysis of Consumer Behavior on Purchase Intention at the To'Pao Art Market.** This research is to find out how to analyze consumer behavior towards buying interest in the to'pao art market. This type of research uses descriptive qualitative research in which researchers develop consumer behavior towards buying interest at to'pao art markets. The results of this study indicate that there are several factors that influence buying interest in the to'pao art market, namely: 1. Cultural factors influence a person's purchasing decision to follow the customs of the community, or ethnic groups collect and wear when attending certain events. 2. Social factors influence the influence of reference groups, family, and roles and status to cause a person to make a purchase intention in order to gain recognition in society. 3. Personal factors are influential because work, age, and economic conditions encourage someone to make a purchase intention. 4. Psychological factors affect purchase intention through motivation, information, and influence from other people so that it automatically causes a positive perspective on an item.

**Keywords:** Consumer Behavior, Purchase Intention

## LATAR BELAKANG

Pasar seni sebagai lokasi perdagangan merupakan salah satu pilar perekonomian. Melalui berbagai fungsi dan peran strategis yang dimiliki, pasar seni menjadi salah satu wadah atau sarana untuk mencapai kesejahteraan rakyat Indonesia. Pasar seni saat ini menjadi wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah, kecil, serta mikro yang sebagian besar merupakan produk hasil kerajinan.

Kehadiran pasar-pasar modern yang dikelola dengan baik dan profesional oleh para investor diklaim telah mendiskreditkan keberadaan Pasar seni khususnya di perkotaan sementara hanya sebagian kecil Pasar seni yang di kelola secara profesional. Hal tersebut dibuktikan dari berbagai hasil penelitian khususnya di kota-kota besar di Indonesia yang menunjukkan bahwa keberadaan pasar modern telah berdampak pada penurunan omset pedagang di Pasar kehadiran pasar modern yang tidak dapat dijangkau sebagian rakyat melainkan hanya sebagai arena. Mengingat pentingnya peran Pasar seni bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, permasalahan seputar Pasar seni harus segera diatasi. Apalagi permasalahan tersebut tidak hanya berasal dari internal.Pasar seni sendiri namun juga melibatkan faktor eksternal hubungannya dengan pasar modern dan preferensi belanja masyarakat. Tidak seperti pasar modern yang di kelola secara profesional dengan kualitas manajemen dan SDM yang baik serta responsive dalam menghadapi perubahan zaman, Pasar seni lebih banyak melibatkan masyarakat golongan menengah ke bawah dengan kemampuan yang terbatas. Oleh karena itu, sebagai negara yang menganut prinsip kesejahteraan (*welfare state*) peranaktif dari Pemerintah sangat Tradisional secara signifikan.

Perkembangan pasar modern yang begitu pesat memberikan dampak yang secara langsung maupun tidak langsung terhadap pasar tradisional.Kondisi pasar tradisional lebih identik dengan karya seni, makanan tradisional,kerajinan tangan tradisional dan sebagainya menambah kemajuan pasar tersebut. Harga yang murah saja tidak menjadi jaminan bagi pasar seni untuk dapat kembali merebut pangsa pasarnya yang sudah hilang, karena dibalik itu ada pasar modern yang mampu menawarkan harga yang sama bahkan lebih murah dari pasar seni. Pelanggan dalam berbelanja akan cenderung beralih dari pasar seni ke pasar modern, apa bila pasar seni tidak segera memperkuat posisinya untuk meningkatkan daya saingnya.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinta (2015) menjelaskan pengertian kualitatif yakni untuk menjabarkan serta menganalisa baik fenomena,kejadian,kegiatan sosial,serta pemikiran orang lain baik secara individu maupun kelompok.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data primer yaitu data yang di dapat di lapangan berupa pendapat atau tanggapan dari responden tentang masalah Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli di Pasar Seni To'Pao

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh dari perusahaan atau usaha yang diteliti, atau data yang telah tersedia pada instansi terkait dengan penelitian yang dilakukan.

### **Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara langsung dengan para konsumen dan data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian.

### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang berbelanja di pasar seni To'Pao.

### **Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya dianggap mewakili populasi. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik accidental sampling yang berarti pengambilan sampel diambil secara kebetulan pada masyarakat yang sedang bwerbelanja di pasar seni To'Pao sebanyak 20 orang.

### **Definisi Operasiona**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>
1	Kebudayaan	Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar.	1. Budaya 2. Sub-budaya 3. Kelas sosial
2	Sosial	Sosial merupakan kondisi masyarakat yang dipengaruhi oleh lingkungan serta nilai-nilai anggotanya.	1. Kelompok referensi 2. Keluarga 3. Peran dan status

3	Pribadi	Pribadi merupakan sesuatu yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan terhadap lingkungan	1) Siklus 2) Keadaan ekonomi 3) Gaya hidup 4) Pekerjaan 5) Kepribadian dan konsep diri
4	Psikologis	Psikologis merupakan keadaan internal bagi setiap individu ketika melakukan sesuatu tindakan yang dipengaruhi oleh faktor motivasi, persepsi, pengetahuan, kenyanian dan sikap.	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Proses belajar

**Sumber: Data Diolah 2023**

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, dokumentasi) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Deskriptif hasil penelitian mengenai karakteristik perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian dijelaskan sebagai berikut :

Pernyataan mengenai faktor kebudayaan

Salah satu faktor konsumen melakukan keputusan pembelian adalah faktor lokasi. Lokasi adalah faktor yang paling dasar menentukan ketertarikan konsumen. hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Murni pada saat wawancara, menyatakan :“saya sangat suka mengoleksi pernak-pernik khas toraja khususnya pakaian adat toraja dan kain tenun, saya memakainya pada saat ada acara keluarga” (wawancara tanggal 13 juli 2023).

Dari pernyataan diatas dapat diartikan bahwa ibu murni melakukan keputusan minat beli karna suka mengoleksi baju adat dan kain tenun khas toraja dirumah, meskipun tanpa tidak memakainya setiap hari.

Selanjutnya ibu Murni menyatakan bahwa :“saya memakai pakaian adat toraja saat ada acara keluarga seperti rambu tuka’ dan rambu solo dan diacara alain yang mengharuskan memakai baju adat toraja” (Wawancara tanggal 13 juli 2023).

Dari pernyataan diatas dapat diartikan bahwa ibu murni melakukan keputusan pembelian karna mengikuti kebiasaan adat orang-orang yang ada disekitar, hal ini dikarenakan budaya faktor kelas sosial yaitu kelompok yang realtif *Homogeny* serta bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang telah menganut sistem adat.

Lain halnya dengan ibu Narti yang melakukan keputusan pembelian karna pengaruh sub budaya yang mengatakan bahwa:

“saya membeli aksesoris khas toraja karna orang-orang dikampung banyak yang memakainya dan cantik, jadi saya juga tertarik untuk membelinya” (Wawancara 13 juli 2023).

Dari hasil pernyataan di atas dapat diartikan bahwa ibu narti melakukan keputusan pembelian karna pengaruh kelompok yang menjadi daerah tempat tinggal sehingga membuktikan bahwa sub budaya pada bagian kelompok membentuk persepsi dalam keputusan pembelian barang khususnya di Pasar Seni To’pao.

#### 1) Pernyataan Mengenai Faktor Sosial

Faktor yang mempengaruhi minat beli adalah faktor sosial yang terdiri dari beberapa indikator yaitu kelompok referensi, keluarga serta peran dan status. Peran dan status ini, akan menentukan posisi seseorang dalam suatu kelompok yang mencerminkan harga diri menurut masyarakat sekitarnya. Peran dan status mempengaruhi keputusan konsumen melakukan minat beli sesuai dengan pernyataan Bernike, bahwa :“saya sangat suka dengan café dan restaurant yang ada di pasar seni to’pao karna menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dan juga terdapat berbagai jenis spot foto yang bagus. Dan juga harga-harganya semua terjangkau. (Wawancara 13 juli 2023).

Dari penyataan diatas dapat diartikan bahwa ibu bernike melakukan minat beli di pasar seni to’pao karna memiliki berbagai café dan restaurant dengan berbagai macam jenis makanan dan minuman serta spot-spot foto yang bagus.Kelompok referensi juga

menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan minat beli, sesuai dengan pernyataan bapak Narto bahwa :

“oleh-oleh khas toraja dan kuliner yang ada di pasar seni to'pao tidak terlalu menarik perhatian saya, tetapi saya datang kesini membeli karn anak saya yang kuliah diluar kota dia ingin memberikan dosennya oleh-oleh khas toraja jadi saya datang untuk memenuhi permintaan anak saya” (Wawancara 13 juli 2023). Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa pak narto melakukan minat beli dipasar seni to'pao karna anaknya yang menjadi kelompok referensi menyebabkan dorongan untuk melakukan minat beli.

Selain kelompok referensi keluarga memiliki pengaruh terhadap minat beli, sesuai dengan pernyataan ibu Juvita bahwa : “saya datang di pasar seni to'pao karna kakakku juga yang memberitahu kalau dipasar seni to'pao terdapat restaurant yang menjual se'i babi yang sangat enak dan harganya yang murah” (Wawancara 13 juli 2023). Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa ibu juvita melakukan minat beli pada pasar seni to'pao karna adanya dorongan dari keluarga bahwa terdapat restaurant yang memiliki menu yang sangat enak.

## 2) Pernyataan Mengenai Faktor Pribadi

Faktor pribadi menjadi penent seseorang melakukan minat beli yang terdiri dari beberapa indikator diantaranya tahapan siklus hidup (usia), pekerjaan dan keadaan ekonomi.

Usia menjadi faktor seseorang melakukan minat beli di Pasar Seni To'pao ini sesuai dengan pernyataan ibu Enma bahwa : “saya mulai rajin membeli kain tenun di pasar seni to'pao setelah saya dari acara orang mati keluarga saya, dimana semua saudara-saudara saya memakai baju adat toraja dari kain tenun jadi saya jugakadang malu jika tidak memakainya” (Wawancara 13 juli 2023). Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa ibu Enma melakukan minat beli karna memiliki kemantapan usia. Kebutuhab dan keinginan seseorang akan berbeda sehingga masing-masing membutuhkan penyesuaian sesuai dengan usia.

Selanjutnya pekerjaan juga menjadi faktor seseorang melakukan minat beli di pasar seni to'pao hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Dewi bahwa :“kalung dan gelang khas toraja bagi saya sesuatu yang tidak terlalu penting karna hanya sebatas perhiasan, tetapi saya beli karna di kantor saya setiap hari Kamis menggunakan baju adat toraja dan aksesoris kalung dan gelang itu harus dipasangkan bersamaan dengan baju adat

toraja, banyak teman merekomendasikan beli di pasar seni to'pao karna disana terdapat banyak yang menjual kalung dan gelang khas toraja tersebut' (Wawancara 13 juli 2023). Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa ibu dewi melakukan minat beli karna di kantornya yang mengharuskannya untuk memakai aksesoris tersebut.

Lebih lanjut lagi keadaan ekonomi juga menjadi faktor seseorang melakukan minat beli di pasar seni to'pao hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Sri bahwa:

"saya sangat suka jalan-jalandi pasar seni to'pao sambil melihat pernak pernik khas toraja jadi kalau ada yang saya suka yah saya beli meskipun harganya mahal, tetapi saya hanya membeli jika itu sesuai dengan minat dan jika memang benar-benar suka" (Wawancara 13 juli 2023). Dari pernyataan diatas dapat diartikan bahwa ibu Sri melakukan minat beli karna memiliki keadaan ekonomi yang cukup baik secara langsung manaikkan selera memenuhi keinginan, salah satunya pernak pernik khas toraja meskipun harganya mahal.

#### 6) Pernyataan Mengenai Faktor Psikologi

Faktor psikologi menjadi penentu seseorang melakukan minat beli yang terdiri dari beberapa indikator diantaranya motivasi dan persepsi. Motivasi dan persepsi menjadi faktor seseorang melakukan minat beli di pasar seni to'pao, hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Windi, bahwa :

"saya sangat mengemari dan sangat minat mengoleksi parang, kalau pembelian parang di pasar seni to'pao saya sangat sering, pertimbangan saya membeli parang di pasar seni to'pao karna harga parang di sana jauh lebih murah dibandingkan dengan harga parang yang dijual di toko yang ada di rantepao, kemudian parang yang ada di pasar seni to'pao mereka merupakan tangan pertama alias mereka yang membikin sendiri kata teman saya jadi harganya jauh lebih murah" (Wawancara 13 juli 2023).

Dari pernyataan diatas dapat diartikan bahwa pak windi melakukan minat beli di pasar seni to'pao karna persepsi dalam menyikapi persoalan harga yang ada di pasar seni to'pao jauh lebih murah dibandikan dengan toko lain yang ada di rantepao. Selain itu motivasi dalam bentuk informasi dari kerabat berpengaruh terhadap minat beli di pasar seni to'pao khususnya pembelian parang.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap analisis perilaku konsumen terhadap minat beli di pasar seni To'Pao bahwa perilaku konsumen melakukan minat beli dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya :

### **A. Faktor budaya**

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku pelanggan. Kebiasaan masyarakat dalam berperilaku termasuk dalam hal pemenuhan keinginan sudah tersebr dan terlihat nyata dilingkungan masyarakat sehingga perilaku tersebut biasanya diterima, melekat, dan bisa membudaya. Dalam hal memenuhi kebutuhan dan keinginan kebudayaan yang terbentuk dari tradisi atau kebiasaan masyarakat sesuai kelas sosial pasti akan berulang ulang terjadi tanpa disadari seolah hal tersebut biasa saja sehingga kehadirannya mempengaruhi persepsi dan minat beli masyarakat. Sehingga. Kebudayaan secara langsung bisa mengarahkan konsumen memilih suatu barang yang juga dimiliki oleh kebanyakan orang pada umumnya.

Di Kabupaten Toraja Utara khususnya di Rantepao dengan, cara pandang masyarakat terhadap penampilan atau gaya secara langsung membentuk perilaku mereka sehingga mengoleksi barang-barang khas toraja tersebut menjadi salah satu kebutuhan yang harus dimiliki oleh setiap warga toraja. Hal ini sesuai dengan pernyataan beberapa informan yang jika disimpulkan bahwa pernak – pernik khas toraja merupakan barang yang terus menerus dibeli secara berulang mengikuti kutuhan dan kev=biasaan adat toraja, dan hanya digunakan saat menghadiri acara tertentu sesuai kelas sosial seperti yang dilakukan oleh orang lain disekitarnya.

### **B. Faktor Sosial**

Faktor sosial dimana kondisi masyarakat yang dipengaruhi peran dan status, kelompok referensi, serta keluarga. Faktor tersebut bisa merubah persepsi seseorang dalam hal memilih dan melakukan keputusan pembelian yang akan disesuaikan dengan gaya hidup dan kebiasaan yang ada ditengah tengah masyarakat. Kelompok yang terbentuk baik secara langsung maupun tidak langsung akan memberi pengaruh ke setiap anggota kelompok secara otomatis, begitupun keluarga.

Kehadiran seseorang akan dianggap jika mampu meniru perilaku kelompok maupun keluarga termasuk perilaku konsumtif yang harus ditiru. Seseorang akan percaya diri jika memiliki gaya hidup sama dengan orang yang ada disekitarnya. Khususnya barang mahal seperti perhiasan maupun penampilan mempengaruhi status sosial seseorang, suka berbelanja dan memiliki barang-barang yang



mahal seperti kain tenun dan kalung khas toraja yang secara otomatis akan terlihat menaikkan status kasta dalam dirinya.

Hal ini sesuai dengan pernyataan beberapa informan yang melakukan minat beli karena dipengaruhi oleh keluarga, jenis pekerjaan, dan dapat dijadikan style yang bisa menaikkan status sosial seseorang sehingga mendapat pengakuan ditengah-tengah masyarakat.

### C. Faktor Pribadi

Faktor pribadi keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi salah satunya umur, pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.

Umur menentukan seseorang dalam hal memenuhi kebutuhan dan keinginannya, anak-anak dan orang dewasa tentunya memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Selanjutnya pekerjaan, kebutuhan dan keinginan seseorang tentunya berbeda dengan orang lain, dalam hal konsumsi jenis pekerjaan secara otomatis akan mendapatkan penyesuaian. Begitupun dengan lingkungan ekonomi atau kemampuan ekonomi yang baik dan gaya hidup persepsi seseorang dalam memilih barang yang digunakan akan disesuaikan pada kepribadian mereka.

Hal ini sesuai dengan pernyataan beberapa informan yang melakukan minat beli mempengaruhi atau disesuaikan dengan umur atau tahapan siklus hidup, jenis pekerjaan, lingkungan atau kekuatan ekonomi sehingga pembelian akan dilakukan meskipun harga dari pernak pernik atau makanan yang ada di café Pasar Seni To'pao mahal, ini membuktikan bahwa minat beli didasarkan pada kepribadian seseorang.

### D. Faktor Psikologi

Faktor psikologi adalah keadaan seseorang yang dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, dan sebagainya, Seseorang melakukan keputusan pembelian bersumber pada motivasi baik motivasi dari orang lain maupun dari diri sendiri. Selain motivasi, persepsi dan keyakinan akan mendorong minat beli, karena seseorang cenderung memilih barang jika barang tersebut diyakini memberi dampak positif bagi diri sendiri. Keadaan psikologi seseorang akan berubah jika cepat tanggap dalam mengolah informasi maupun pengaruh dari orang lain, informasi positif yang didapatkan akan mempengaruhi psikologi/daya pikir seseorang dalam memilih dan melakukan keputusan pembelian, seperti penawaran harga yang lebih murah, diskon maupun pengaruh dari orang lain.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara informan yang melakukan keputusan pembelian karena harga pernak pernik dan makanan yang ada di pasar seni to'pao tersebut lebih murah dan berbeda dari tempat lain, terlebih lagi barang yang mereka produksi merupakan tangan pertama atau hasil dari

kerajianya sendiri yang pastinya lebih murah saat diinformasikan oleh kerabat akan mempengaruhi psikologi sehingga minat beli informan akan muncul.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Alma. Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Andriyani, 2016. Dampak Perpindahan Lokasi Pasar Sentral Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Penerimaan Retribusi Pasar Di Kabupaten Buton Utara. Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo Kendari
- Atmoko, 2014. Mepantigan Auditorium dalam jurnal Penggunaan Bambu pada Struktur dan Konstruksi Bentang Lebar. Depok: Universitas Indonesia Panero, Julius dan Martin Zelnik. 1979. Human Dimension. Jakarta:
- Atun Nur Isni, (2016). Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Bakhtiar, dkk. 2014. Tipe Teori pada Arsitektur Nusantara Menurut Josef Prijotomo dalam jurnal Media Matrasain. Volume 11. Manado: Universitas Sam Ratulangi
- Erlangga Hanafi, AF. 2015. Seni dan Budaya Tangsel Hampir Punah Karena Kurangnya Minat Generasi Muda dalam artikel suaratangsel.com.
- Hariyanto. 2017. Mediating of Store Image on Customer Trust for Organic Vegetables. *Mimbar*. 33(1) : 132-141
- Imroatul. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen teh dalam kemasan merek Teh Botol Sosro di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. 6(4) : 1-11
- Kristiningrum, Nur Dwi. 2014. "Eksistensi Pasar Seni (Central Market) di Malaysia Sebagai Salah Satu Pasar Bersejarah" dalam jurnal *Heritage Tourism dan Creative Tourism dalam Jurnal Hubungan Internasional*. Surabaya : Yayasan Kertagama.