

**Tahapan Keputusan Inovasi dalam Pengambilan Keputusan Berbelanja  
Konsumen di Pasar Tradisional (Pasar Kolombo)  
Dan Pasar Modern (Superindo) Jalan Kaliurang di Kabupaten Sleman**

**Oleh: Harris Pramana Napitupulu**

**Dibimbing Oleh: Teguh Kismantoroedji dan Agus Santosa**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tahapan keputusan inovasi dalam pengambilan keputusan konsumen berbelanja Di Pasar Tradisional (Pasar Kolombo), tahapan keputusan inovasi dalam pengambilan keputusan konsumen berbelanja Di Pasar Modern (Superindo) dan tahapan keputusan inovasi dalam pengambilan keputusan konsumen berbelanja dari pasar tradisional mobilitas ke pasar modern. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode pengambilan responden yaitu *Kuota Sampling* dengan *Accidental Sampling* konsumen yang berbelanja sayuran dan buah-buahan, jumlah responden 20 orang terdiri dari 10 pasar modern dan 10 pasar tradisional, Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, pencatatan dan dokumentasi. Hasil dari tahapan keputusan inovasi dalam pengambilan keputusan berbelanja konsumen di Pasar Tradisional (Pasar Kolombo) adalah harga yang lebih murah dibandingkan dengan pasar modern, tempat yang nyaman serta lebih dimudahkan, tempat yang lebih nyaman dan adanya promo maupun diskon yang menjadi keputusan inovasi konsumen untuk mobilitas berbelanja dari pasar tradisional ke pasar modern, mencari harga yang lebih murah dan menyesuaikan dengan kebutuhan yang tidak terpenuhi di pasar modern keputusan inovasi konsumen berbelanja dari pasar modern mobilitas ke pasar tradisional.

Kata Kunci : Tahapan Keputusan inovasi, Pasar Tradisional, dan Pasar Modern.

# **Decision Stages of Consumer Innovation on Shopping in Traditional Market and Modern Market**

**By: Harris Pramana Napitupulu**

**Supervised By: Teguh Kismantoroadji and Agus Santosa**

## ***ABSTRACT***

This study aims to describe the stages of innovation decisions in consumer decision-making shopping In Traditional Markets (Kolombo Market), the stages of innovation decisions in consumer decision-making shopping In Modern Market (Superindo) and decision stages of innovation in consumer decision making shop from traditional market mobility to market modern. The method used in this research is descriptive qualitative. The method of taking respondents is Sampling Quotas with Accidental Sampling of consumers who shop for vegetables and fruits, the number of respondent 20 people consists of 10 modern markets and 10 traditional markets, Data used in this study are primary data and secondary data. Technique of collecting data by observation, interview, recording and documentation. The result of decision stages of innovation in decision making consumer shopping In Traditional Markets (Kolombo Market) is the cheaper price is compared with the modern market and to help the economy of the people or the indigenous traders, the place is convenient and more facilitated, more convenient places and promotions or discounts in decision making consumer shopping from Traditional Markets (Kolombo Market) mobility modern market, looking for cheaper prices and adjusting to unmet needs in the modern market in decision making consumer shopping from modern market mobility Traditional Markets (Kolombo Market).

Keywords: Decision Stages of Innovation, Traditional Market, and Modern Market.