

ABSTRAK

**PERBEDAAN PERILAKU MASYARAKAT DALAM MEMILIH TEMPAT
BERBELANJA : PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN,
MENURUT CIRI-CIRI SOSIAL EKONOMINYA;**

Studi kasus :

**Penduduk kalurahan Klitren, kecamatan gondokusuman, kota Jogjakarta
Tahun 2001**

**Prijono Budi Santoso
Universitas Sanata Dharma
Tahun 2002**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan dalam hal perilaku masyarakat, ditinjau dari ciri-ciri sosial ekonominya, dalam memilih tempat berbelanja : di pasar tradisional atau di pasar modern. Ciri-ciri sosial ekonominya tersebut adalah : jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan.

Jenis penelitian yaitu studi kasus dan *ex post facto*, dengan lokasi penduduk kalurahan Klitren, kecamatan Gondokusuman, kota Jogjakarta, pada tahun 2001.

Populasi dalam penelitian ini mencakup 4.012 orang terdiri dari 600 keluarga. Sampel diambil secara acak dari berbagai macam strata yang proporsional (*multi stage proportional stratified random sampling*) sebanyak 60 kepala keluarga atau 10 % dari populasi.

Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara dan dokumentasi.

Analisis data yang digunakan metode kuantitatif yaitu analisis chi-kuadrat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ada perbedaan perilaku masyarakat dalam memilih tempat berbelanja, pasar tradisional atau pasar modern.

Kesimpulan umum adalah ada perbedaan perilaku masyarakat dalam memilih tempat berbelanja (pasar tradisional atau pasar modern) menurut ciri-ciri sosial ekonominya, yaitu yang berbeda dalam jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan tingkat pendapatan. Yaitu :

- (a). Yang biasa berbelanja di pasar Tradisional ialah berjenis kelamin perempuan (77 %), tingkat usia tua (68 %), tingkat pendidikan dasar (63 %), jenis pekerjaan non pegawai negeri (90 %), tingkat pendapatan sedang (77 %) dan rendah (18 %).
- (b). Yang biasa berbelanja di pasar Modern ialah berjenis kelamin Pria (55 %), tingkat usia dewasa (34 %) dan remaja (65 %), tingkat pendidikan tinggi (50 %) dan menengah (50 %), jenis pekerjaan pegawai negeri (42 %), tingkat pendapatan tinggi (57 %)

ABSTRACT

SOCIETY BEHAVIOUR DIFFERENCES IN CHOOSING PURCHASING PLACES (TRADITIONAL AND MODERN MARKETS) ACCORDING TO SOCIAL ECONOMIC CHARACTERISTICS

Case Study :

**Klitren Village community, Gondokusuman Sub-District, Jogjakarta City
In 2001**

Prijono Budi Santoso

**SANATA DHARMA UNIVERSITY
JOGJAKARTA**

2002

The goal of study is to know whether there are significant differences in society behavior, seen from social economic characteristics, in choosing purchasing places : at traditional or modern markets. The social economic characteristics are sex, age, education level, occupation, and income level.

Kinds of the study are case study and ex post facto, done in Klitren Village community location, Gondokusuman Sub-District, Jogjakarta City, in 2001.

Population of this study are 4,012 persons, consist of 600 families. Samples are taken by random from various strata proportionally (multi-stage proportional stratified random sampling), as many as 60 heads of family or 10 % of the population.

Data collection methods used are questionnaire, interview, and documentation.

Data analysis used is quantitative method (Chi square analysis).

Analysis result shows that there are society behavior differences in choosing purchasing places, traditional or modern markets. The general results are that there are society behavior differences in choosing purchasing places (traditional or modern markets) according to social economic characteristic, such as sex, age, education level, occupation, and income level, where :

- (a) Persons usually buying in traditional market are women (77%), old ages (68%), elementary educational level (63%), non-government officials (90%), and middle income level (77%) and lower income level (18%).
- (b) Persons usually buying in modern market are men (55%), adolescents (34%) and teenagers (65%), high educational level (50%) and middle educational level (50%), government officials (42%), and high income level (57%).