

ABSTRAK

Mutiara Azzahra: *Daya Tarik Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Belanja Masyarakat Di Pasar Kiaracondong Kota Bandung.*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perkembangan zaman waktu ke waktu menyebabkan pergeseran ekonomi. Kemudian munculnya pasar-pasar modern yang menyebabkan adanya persaingan terhadap pasar tradisional. Pasar tradisional yang jauh lebih sempurna di bandingkan pasar modern. Masyarakat dengan gaya hidup modern kini lebih menyukai pasar-pasar dengan sistem pengelolaan yang tertata, bersih, nyaman, dan strategis. tetapi disisi lain pasar tradisional masih di kunjungi walaupun berada di pertengahan pasar modern. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap pasar Kiaracondong kota Bandung. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat berbelanja dan juga untuk mengetahui keberhasilan pemerintah dan pengelola pasar Kiaracondong untuk meningkatkan minat masyarakat berbelanja.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori diantaranya pertama teori minat beli Kottler dan Keller terdapat dua dimensi yaitu perilaku konsumen dan kegiatan pembelian. Kedua teori struktural fungsional Talcot Parsons bersifat fungsional ada empat persyaratan yaitu AGIL (*Adaptation, Goal Attainment, Integration, Latency*). Ketiga aktor dan sumberdaya. Keempat teori pertukaran yang sebagai arena pertukaran tempat orang yang saling bertukar ganjaran/ hadiah. Teori tersebut yang dikemukakan diatas sesuai dengan yang di teliti di pasar Kiaracondong Kota Bandung.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik observasi (pengamatan), wawancara dan dokumentasi. Penulis langsung mendatangi objek penelitian kemudian melakukan wawancara dengan pengelola dan pedagang pasar Kiaracondong selain itu juga mewawancarai masyarakat Kecamatan Kiaracondong.

Hasil penelitian ini ialah *pertama* persepsi masyarakat Kiaracondong terhadap pasar Kiaracondong menganggap bahwa pasar Kiaracondong itu sendiri tempatnya kurang layak tetapi disisi lain masyarakat juga suka berbelanja ke Pasar Kiaracondong karena harganya murah bisa tawar menawar, barang dagangannya komplit, sayurannya segar dan lokasinya juga strategis. Kualitas juga sama dengan pasar modern yang membedakannya itu harganya lebih murah di pasar tradisional. *Kedua* faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat berbelanja pertama pengenalan kebutuhan (pengenalan masalah), pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. *Ketiga* Keberhasilan yang dicapai oleh Pasar Kiaracondong dalam meningkatkan minat masyarakat berbelanja di Pasar Kiaracondong yaitu menyediakan semua kebutuhan masyarakat, akses jalan lalu lintas yang memudahkan masyarakat berbelanja dan memantau harga kebutuhan untuk kestabilan pokok masyarakat juga.

Kata Kunci: *Persepsi, Minat, Pasar Tradisional*