

**KARAKTERISTIK WARUNG DENGAN KARAKTERISTIK
KONSUMEN KAITANNYA DENGAN KEPUTUSAN UNTUK
MAKAN DI WARUNG HIK DI WILAYAH
KARANGANYAR**

**CONSUMER CHARACTERISTIC WITH BOOTH CHARACTERISTIC
RELATED BETWEEN TO CHOSEN EAT IN *HIK*
IN KARANGANYAR**

*Untung Sriwidodo *) dan Ernawati *)*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antara karakteristik konsumen dengan karakteristik warung untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar. Karakteristik konsumen yang diteliti yaitu jenis kelamin, status perkawinan, dan pendapatan konsumen, sedangkan karakteristik warung Hik terdiri dari kelengkapan produk, harga, rasa, lokasi, kebersihan, dan pelayanan. Populasi penelitian adalah konsumen yang makan di warung Hik. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan Analisis Chi Square dan Coefficient of Contingency. Hasil analisis: (1) tidak terdapat keterkaitan antara jenis kelamin dengan semua karakteristik warung (kelengkapan produk, harga, rasa, lokasi, kebersihan, dan pelayanan); (2) tidak terdapat keterkaitan antara status perkawinan dengan semua karakteristik warung (kelengkapan produk, harga, rasa, lokasi, kebersihan, dan pelayanan); (3) terdapat keterkaitan antara pendapatan dengan kelengkapan produk dan terdapat keterkaitan antara pendapatan dengan pelayanan. Pendapatan tidak memiliki keterkaitan dengan atribut harga, rasa, lokasi, dan kebersihan. Dengan demikian, hubungan antara karakteristik konsumen dengan karakteristik warung tidak semuanya menunjukkan adanya keterkaitan.

Kata kunci: *karakteristik konsumen, karakteristik warung, keputusan memilih makan di warung HIK*

ABSTRACTS

This research aim to analyse related between consumer characteristic (gender, marriage status, and earnings), with booth characteristic (equipment of product, price, flafour, location, hygiene, and service) in decision to eat in Hik Karanganyar. Population Research is consumer which eat in booth of Hik. Sampel counted 100 responder with technique of accidental sampling. Technique

data collecting use instrument of kuesioner. Technique analyse data use Analysis of Chi Square and Coefficient Contingency. Result of analysis (1) do not there are related between gender with all booth characteristic (equipment of product, price, flafour, location, hygiene, and service); (2) do not there are related between marriage status with all booth characteristic (equipment of product, price, flafour, location, hygiene, and service); (3) there are related between earnings with equipment of product and there are related between earnings with service. In its relation with earnings of consumer, earnings do not have related to price attribute, flafour, location, and hygiene. Thereby relation between consumer characteristic with booth characteristic not all show the existence of is related.

Keywords: *consumer characteristic, booth characteristic, decision chosen to eat in booth of Hik*

**) Dosen Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta*

PENDAHULUAN

Fakta yang dapat dilihat adalah adanya ketidakmampuan sektor formal dalam menampung tenaga kerja, sehingga adanya sektor informal yang bertindak sebagai pengaman antara pengangguran dan keterbatasan peluang kerja, sehingga dapat dikatakan adanya sektor informal dapat meredam kemungkinan keresahan sosial sebagai akibat langkanya peluang kerja (Noor Effendy, 2000:46). Salah satu sektor informal yang menjadi fenomena di perkotaan adalah pedagang kaki lima (PKL). Dengan adanya keterbatasan lapangan kerja di sektor formal, pedagang kaki lima menjadi pilihan yang termudah untuk bertahan hidup. Hal tersebut sesuai dengan ciri-ciri dari sektor informal yaitu mudah dimasuki, fleksibel dalam waktu dan tempat, bergantung pada sumber daya lokal dan skala usaha yang relatif kecil. Masyarakat terutama yang kelas bawah masih

mebutuhkan mereka untuk memenuhi kebutuhan yang terjangkau. Dengan demikian, merebaknya jumlah PKL bukan semata-mata karena keinginan para pedagang untuk memperoleh pendapatan (*push factors*), tetapi tuntutan pasar yang membutuhkan jasa PKL (*pull factors*). Disamping itu jenis usaha ini juga memberikan dampak ikutan yang menguntungkan (*positive spillovers*) seperti mengurangi beban pemerintah untuk menyediakan lapangan kerja, membantu proses daur ulang beberapa jenis sampah, serta menjadi alternatif terbaik bagi kelompok berdaya beli rendah. Salah satu sektor informal yang sekarang merebak adalah warung Hik. Hik adalah Hidangan Istimewa Kampung, yaitu warung yang menyediakan berbagai makanan khas kampung, seperti nasi kucing, jahe, teh dan aneka makanan yang biasanya dibakar terlebih dulu sebelum disantap.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang Hik, hasil penelitian Boedyo Supono (2010), tentang pedagang Hik di daerah Surakarta, ternyata yang dominan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Hik adalah faktor lokasi, sedangkan faktor modal, jam buka warung, pendidikan pedagang, dan lama usaha tidak berpengaruh terhadap pendapatan pedagang Hik di daerah Surakarta.

Demikian juga pedagang warung Hik di kota Karanganyar telah mampu berkembang dengan baik dan mampu bertahan menghadapi persaingan usaha. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan jumlah pedagang warung Hik yang mengalami peningkatan cukup signifikan dari tahun ke tahun. Pada survei pendahuluan yang dilakukan peneliti, bahwa jumlah warung Hik yang ada di Karanganyar Kota dengan lokasi sepanjang jalan ke arah Tawangmangu mulai dari daerah Palur sampai daerah Bejen jumlah warung Hik ada sekitar 59 warung Hik. Klasifikasi warung Hik tersebut dikelompokkan menjadi tiga yaitu warung Hik besar dan ramai pelanggan ada 10, warung Hik sedang ada 40 dan warung Hik kecil ada sembilan. Dilihat dari karakteristik pelanggan, ada lima warung Hik yang pelanggannya golongan menengah ke atas, sedangkan yang lain pelanggannya golongan menengah ke bawah. Dari berbagai warung Hik yang ada mempunyai keunikan tersendiri yang digunakan untuk menarik

pelanggan, ada yang unik minumannya, ada yang unik makanannya, ada yang unik pelayanannya, yang kesemuanya itu menunjukkan ciri khas dari masing masing warung Hik.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengapa sekarang ini banyak orang/konsumen beralih menjadi suka makan di warung Hik. Oleh karena itu penelitian ini akan menganalisis tentang "Bagaimana keterkaitan antara karakteristik warung (kelengkapan produk, harga, cita rasa, lokasi, kebersihan dan pelayanan) dengan karakteristik konsumen (jenis kelamin, status perkawinan dan tingkat pendapatan) untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar"

METODE PENELITIAN

Wilayah yang menjadi objek penelitian ini adalah Bagian dari wilayah Kabupaten Karanganyar, khususnya Kecamatan Karanganyar Kota dan daerah Palur yang mempunyai sebaran warung Hik yang cukup besar. Lokasi penelitian difokuskan pada lokasi yang banyak sebaran warung Hik, yaitu sepanjang Palur sampai dengan wilayah Karanganyar kota yaitu Bejen.

Populasi penelitian ini adalah semua konsumen yang makan di warung Hik di daerah Karanganyar, dengan jumlah yang tidak terbatas tadi, maka penentuan sampel dilakukan dengan Teori dari *Leedy*, dari perhitungan diketahui jumlah

sampel yang diambil adalah 100 orang. Sedang metode pengumpulan data dengan metode *accidental sampling* adalah metode pengambilan sampel tanpa perencanaan secara seksama, responden yang dimintai informasi diperoleh secara kebetulan tanpa pertimbangan tertentu yang ditemui pada saat pengumpulan data (Jogiyanto,2007:79) Responden terpilih adalah konsumen yang ditemui pada saat sedang makan di warung Hik daerah Karanganyar.

Variabel dalam penelitian ini adalah karakteristik warung Hik (yang terdiri dari Jenis makanan yang dijual, Harga barang dagangan, Cita rasa masakan, Lokasi warung, Kebersihan dan Pelayanan) dan karakteristik konsumen (yang terdiri dari Jenis kelamin, Status perkawinan dan Tingkat pendapatan), dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk memilih makan di warung Hik di Wilayah Karanganyar.

Analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif Kualitatif dilakukan berdasarkan pengamatan, analisis *Chi Square* untuk melihat keterkaitan antar variabel dan Analisis *Coefficient of Contingency*, untuk mengetahui keeratan hubungan antar variabel. Kuat lemahnya hubungan yang ada di antara faktor-faktor tersebut dapat dilihat dengan membandingkan nilai C dengan nilai C max. Selisih antara nilai C dengan nilai C max yang mempunyai selisih terkecil menunjukkan keeratan yang paling

erat. Semua analisis data menggunakan alat bantu komputer program SPSS.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Ringkasan hasil analisis *Chi Square* dan *Coefficient Of Contingency*, dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil analisis keterkaitan antara jenis kelamin konsumen dengan karakteristik warung, adalah sebagai berikut: (a) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kelengkapan produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; (b) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan harga; (c) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan rasa makanan; (d) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan lokasi; (e) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kebersihan; (f)

Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar.

Hasil analisis keterkaitan antara status perkawinan konsumen dengan karakteristik warung adalah sebagai berikut: (a) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan kelengkapan produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di

wilayah Karanganyar; (b) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan

antara status perkawinan dengan harga; (c) Tidak terdapat keterkaitan

Tabel

Hasil Analisis *Chi Square* Dan *Coefficient Of Contingency*

Karakteristik Konsumen	Karakteristik Warung	χ^2 hitung	Sig.	Uji Hipotesis	C	m	C _{maks}	Selisih C-C _{maks}
Jenis Kelamin	Keleng.Produk	0,103	0,950	Tidak sig	0,032	2	0,707	0,68
Jenis Kelamin	Harga	3,371	0,185	Tidak sig	0,181	2	0,707	0,53
Jenis Kelamin	Rasa	2,329	0,312	Tidak sig	0,151	2	0,707	0,56
Jenis Kelamin	Lokasi	5,238	0,073	Tidak sig	0,223	2	0,707	0,48
Jenis Kelamin	Kebersihan	0,806	0,668	Tidak sig	0,089	2	0,707	0,62
Jenis Kelamin	Pelayanan	0,745	0,689	Tidak sig	0,086	2	0,707	0,62
Status Perkawinan	Keleng.Produk	3,947	0,139	Tidak sig	0,195	2	0,707	0,51
Status Perkawinan	Harga	5,413	0,067	Tidak sig	0,227	2	0,707	0,48
Status Perkawinan	Rasa	0,64	0,726	Tidak sig	0,080	2	0,707	0,63
Status Perkawinan	Lokasi	1,876	0,391	Tidak sig	0,136	2	0,707	0,57
Status Perkawinan	Kebersihan	2,166	0,339	Tidak sig	0,146	2	0,707	0,56
Status Perkawinan	Pelayanan	3,463	0,177	Tidak sig	0,183	2	0,707	0,52
Tingkat Pendapatan	Keleng Produk	11,188	0,025	sig	0,317	3	0,816	0,50
Tingkat Pendapatan	Harga	4,627	0,328	Tidak sig	0,210	3	0,816	0,61
Tingkat Pendapatan	Rasa	8,289	0,082	Tidak sig	0,277	3	0,816	0,54
Tingkat Pendapatan	Lokasi	0,483	0,975	Tidak sig	0,069	3	0,816	0,75
Tingkat Pendapatan	Kebersihan	6,429	0,169	Tidak sig	0,246	3	0,816	0,57
Tingkat Pendapatan	Pelayanan	14,385	0,006	sig	0,355	3	0,816	0,46

Sumber : Data primer diolah

signifikan antara jenis kelamin dengan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar.

Hasil analisis keterkaitan antara status perkawinan konsumen dengan karakteristik warung adalah sebagai berikut: (a) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan kelengkapan produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; (b) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan

harga; (c) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan rasa makanan; (d) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan lokasi; (e) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan kebersihan; (f) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar.

Hasil analisis keterkaitan antara tingkat pendapatan konsumen dengan karakteristik warung adalah

sebagai berikut: (a) Terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan kelengkapan produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; (b) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan harga; (c) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan rasa makanan; (d) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan lokasi; (e) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara tingkat pendapatan dengan kebersihan; (f) Terdapat keterkaitan yang signifikan antara tingkat pendapatan konsumen dengan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar.

Dengan demikian hipotesis yang menyatakan "Ada keterkaitan antara karakteristik konsumen dengan karakteristik warung untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar" tidak semuanya terbukti. Hanya ada dua keterkaitan yang terbukti.

Berdasarkan perhitungan nilai selisih antara nilai C dan nilai C_{maks} menunjukkan bahwa keterkaitan antara tingkat pendapatan dengan pelayanan memiliki nilai selisih terkecil (**0,460**). Dengan demikian faktor pelayanan memiliki keterkaitan yang paling erat terhadap keputusan konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar.

Dari hasil analisis, maka keputusan konsumen untuk memilih

makan di warung Hik, pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dari karakteristik personal (konsumen) maupun atribut-atribut yang melekat pada warung Hik yaitu kelengkapan produk, harga, rasa, lokasi, kebersihan, dan pelayanan. Namun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini secara keseluruhan tidak menunjukkan adanya keterkaitan antara karakteristik konsumen dengan karakteristik warung Hik. Melalui analisis *Chi Square*, hanya ditemukan dua keterkaitan saja yaitu keterkaitan antara pendapatan dengan kelengkapan produk warung Hik, dan keterkaitan antara pendapatan dengan pelayanan warung Hik. Hasil analisis selisih antara nilai C (*Coefficient of Contingency*) dengan nilai C_{maks} menunjukkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi konsumen memilih makan di warung Hik adalah keterkaitan tingkat pendapatan dengan faktor pelayanan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan mempengaruhi perbedaan persepsi konsumen dalam menilai kelengkapan produk dan pelayanan warung Hik di wilayah Karanganyar. Sebagian besar dari mereka yang berpendapatan menengah (sedang) memberikan penilaian produk yang dijual pedagang Hik lengkap dan pelayanan cukup memuaskan.

Preferensi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar dapat dipengaruhi oleh faktor ekonomi,

karena keadaan ekonomi seseorang besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Kotler (2000:153) menyatakan bahwa “ditinjau dari faktor pribadi (personal), keadaan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, faktor lainnya misalnya usia, pekerjaan, gaya hidup, dan konsep diri”. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan milik kekayaan, kemampuan meminjam dan sikapnya terhadap pengeluaran lawan menabung. Ditinjau dari faktor personal, keputusan konsumen untuk memilih makan di warung Hik, dapat dipengaruhi oleh faktor pendapatan. Adanya tingkat pendapatan tinggi, sedang, dan rendah mengakibatkan perbedaan daya beli, di mana pendapatan yang lebih tinggi cenderung menunjukkan daya beli yang lebih tinggi dibanding yang berpendapatan lebih rendah.

Dengan demikian keputusan konsumen memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar, selain dipengaruhi faktor pendapatan juga dipengaruhi perbedaan persepsi dalam menilai kelengkapan produk dan pelayanan. Hasil akhir (respon) dari proses pertimbangan yang menyeluruh dari semua faktor di atas pada akhirnya akan menentukan keputusan untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar. Faktor kelengkapan produk dan pelayanan yang dipertimbangkan konsumen untuk memilih makan di warung Hik merupakan stimuli, tetapi dari kedua faktor tersebut pelayanan merupakan stimuli paling

kuat dibandingkan kelengkapan produk. Stimuli ini terjadi saat konsumen mengevaluasi informasi dari teman atau dari pengalamannya sendiri.

Hasil analisis keputusan konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar memiliki implikasi strategis terutama bagi para pedagang Hik dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Dengan memperhatikan pentingnya kedua faktor tersebut, para pedagang Hik di daerah Karanganyar diharapkan melengkapi dagangannya dengan memberikan pelayanan yang lebih memuaskan. Melalui kelengkapan produk dan pelayanan yang memuaskan dapat digunakan sebagai strategi bisnis agar usaha mereka bisa *survive*/bertahan.

KESIMPULAN

Hasil analisis keterkaitan antara jenis kelamin konsumen dengan karakteristik warung adalah: a) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kelengkapan produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; b) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan harga dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; c) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan rasa produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; d) Tidak terdapat keterkaitan yang

signifikan antara jenis kelamin dengan lokasi dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; e) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kebersihan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; f) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara jenis kelamin dengan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar.

Hasil analisis keterkaitan antara status perkawinan konsumen dengan karakteristik warung adalah: a) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan kelengkapan produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; b) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan harga dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; c) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan rasa produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; d) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan lokasi dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; e) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan kebersihan dalam

mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; f) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara status perkawinan dengan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar.

Hasil analisis keterkaitan antara tingkat pendapatan konsumen dengan karakteristik warung adalah: a) Terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan kelengkapan produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar, b) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan harga dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; c) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan rasa produk dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; d) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan lokasi dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; e) Tidak terdapat keterkaitan yang signifikan antara pendapatan dengan kebersihan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar; f) Terdapat keterkaitan yang signifikan antara tingkat pendapatan konsumen dengan pelayanan dalam mempengaruhi konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar. Dengan

demikian hipotesis yang menyatakan "Ada keterkaitan antara karakteristik konsumen dengan karakteristik warung untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar" tidak semuanya terbukti. Hanya ada dua keterkaitan yang terbukti.

Berdasarkan perhitungan nilai selisih antara nilai *Coefficient of Contingency* dan nilai C_{maks} menunjukkan bahwa keterkaitan antara tingkat pendapatan dengan pelayanan memiliki nilai selisih terkecil (**0,460**). Dengan demikian faktor pelayanan memiliki keterkaitan yang paling erat terhadap keputusan konsumen untuk memilih makan di warung Hik di wilayah Karanganyar.

SARAN

Saran dari penelitian ini adalah: (1) Kelengkapan produk dan pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan citra positif konsumen, selanjutnya dapat menumbuhkan niat perekomendasi kepada orang lain. Untuk menjaga kelangsungan usaha, para pedagang Hik disarankan untuk memperhatikan pentingnya kelengkapan produk dan pelayanan terutama menyangkut kehandalan (*reliability*) dan bukti fisik (*tangible*). Alternatif yang dapat diupayakan untuk meningkatkan pelayanan misalnya layanan yang cepat, fasilitas yang menjamin terciptanya kenyamanan konsumen, dan sikap pelayanan yang ramah; (2) Mengingat persaingan antar warung Hik di Karanganyar semakin ketat,

para pedagang Hik dapat memberikan stimulus kepada konsumen melalui pemberian diskon. Stimulus ini dapat diberikan khusus bagi kelompok pelanggan dengan jumlah tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Ridlo Mohammad, 2001 *Kemiskinan di Perkotaan*, Unissula Press, Semarang
- Ahmadi Widodo, 2000. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha PKL, Studi Kasus Kota Semarang*. Tesis tidak diterbitkan. Program Pascasarjana, Magister Teknik Pembangunan Kota, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Amy Priyono, 1996, *Sektor Informal, Ulet dan Lentur*, Forum Ekonomi. Tahun V No. 36.
- Ari Sulisty Budi, 2006. *Kajian Lokasi Pedagang Kaki Lima Berdasarkan Preferensi PKL serta Persepsi Masyarakat Sekitar Di Kota Pematang*. (Penelitian)
- Asih Arimurti. 2004. *Kaki Lima, Nikmatnya Tempe Mendoan*. Majalah Retail Indonesia. Edisi 4 TH 1, Mei 2004

- Boedyo Supono. 2010. *Analisis keterkaitan karakteristik Dengan pendapatan Penjual Wedang Jahe (HIK) di Surakarta*. Eksplorasi UNISRI. Vol. XXII. No. 1. 2010
- Chris Manning, dan Tadjuddin Noer Effendi. 1996. *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal di Kota*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta
- Colombo and Grili. 2005. *Founder Human Capital And Small Firm Performance*. Journal of Management and Marketing Research. AABRI. Florida Gult Coast University. 2009. P 1-10
- Dewan Riset Nasional dan Bappenas (1995). *Pengembangan Sektor Informal Pedagang Kaki lima di Perkotaan*, Dewan Riset Nasional dan Bappenas bekerjasama dengan Puslitbang Ekonomi dan Pembangunan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia
- Djoko Suseno. 2003. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Sekitar Embarkasi haji Donohudan Kabupaten Boyolali*. Eksplorasi UNISRI. Vol. XV No. 2. 2003
- Marsudi Djojodipuro, 1992. *Teori Lokasi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta
- Jogiyanto. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1, alih bahasa: Imam Nurmawan, Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., 2003 . *Marketing for Hospitality & Tourism*. 3th edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Moleong, Lexy J, 1994, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung,
- Rachbini, Didik, J dan Abdul Hamid. 1994. *Ekonomi Informal Perkotaan Gejala Involusi Gelombang Kedua*, LP3ES, Jakarta
- Retno Widjajanti, 2000, *Penataan Fisik Kegiatan PKL Pada Kawasan Komersial di Pusat Kota (Studi Kasus : Simpang Lima Semarang)* Tesis tidak diterbitkan. Bidang Khusus Perencanaan Kota, Program Magister Perencanaan Wilayah dan Kota , ITB, Bandung,

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Pustaka LP3ES, Jakarta

Solo Pos, Selasa Pon, 12 Oktober 2010. *Mengejar Sukses Lewat Gerobak*.

Srie Hany Ambarwaty. 2003. *Studi Aktivitas Pedagang Kaki Lima Dalam Pemanfaatan Ruang di Kota Salatiga*. Tesis tidak diterbitkan. Program Pasca Sarjana, Magister Teknik Pembangunan Kota, Universitas Diponegoro, Semarang

Tadjuddin Noer Effendi, 1993, *Sumber Daya Manusia Peluang Kerja dan Kemiskinan*, Tiara Wacna, Yogyakarta