

PERAN PASAR TEMATIK DALAM MENOPANG KESEJAHTERAAN MASYARAKAT JAKARTA

Vina Meliana*, Diyan Lestari, Basuki Toto Rahmanto

Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, Indonesia

Article Information	ABSTRACT
<p>Category: Marketing, Research Paper</p> <p>Corresponding author: vina.meliana@kalbis.ac.id Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis- Jl. Pulomas Selatan Kav. No.22, Kayu Putih, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13210</p> <p>Reviewing editor: Rachma Zannati, Accounting, STEI Indonesia, Jakarta</p> <p>Received 13 Dec 2019 Accepted 25 Feb 2020 Accepted author version posted online: 29 Jun 2020</p>	<p>Purpose- This study aims to analyze the role of the thematic market on society's prosperity in Jakarta.</p> <p>Design/methodology/approach- The respondent of this study is the seller who sells their products in Jakarta thematic market. Multiple linear regression is used as a data analysis method.</p> <p>Findings- The result of this study state that innovation does not affect the prosperity of Jakarta society, while brand image affects the prosperity of Jakarta society.</p> <p>Implications- Traditional market conditions with minimal facilities make most consumers reluctant to allocate a lot of time in the market. Thus, even though the thematic market is a traditional market, it must be managed in such a way with facilities that enable consumers to spend a long time in the market.</p> <p>Keywords: Innovation, Brand Image, Prosperity</p>



Published by Economics
Faculty of Attahiriyah
Islamic University



© 2019 The Author(s). This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license

To link this article
<http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/329>

PERAN PASAR TEMATIK DALAM MENOPANG KESEJAHTERAAN MASYARAKAT JAKARTA

Vina Meliana*, Diyan Lestari, Basuki Toto Rahmanto

Fakultas Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, Indonesia

*Email : vina.meliana@kalbis.ac.id

ABSTRAK

Tujuan- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pasar tematik terhadap kesejahteraan masyarakat di Jakarta.

Desain/Metode- Responden dari penelitian ini adalah penjual yang menjual produk mereka di pasar tematik Jakarta. Regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis data.

Temuan- Hasil penelitian ini menyatakan bahwa inovasi tidak mempengaruhi kemakmuran masyarakat Jakarta, sedangkan citra merek mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Jakarta

Implikasi / keterbatasan- Kondisi pasar tradisional dengan fasilitas minimal membuat sebagian besar konsumen enggan mengalokasikan banyak waktu di pasar. Jadi, meskipun pasar tematik adalah pasar tradisional, pasar tematik harus dikelola sedemikian rupa dengan fasilitas yang memungkinkan konsumen menghabiskan waktu yang lama di pasar.

Kata Kunci: *innovation, brand image, prosperity*