

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar merupakan tempat berkumpulnya penjual dan pembeli dari suatu barang ataupun jasa tertentu. Pembeli merupakan sekelompok orang yang menentukan banyaknya permintaan suatu produk penjualan dan penawaran suatu produk.¹ Dengan berkembangnya zaman saat ini masyarakat mengenal dua jenis pasar yakni pasar tradisional dan pasar modern.

Konsumen menunjukkan kehidupan yang dinamis sebagai akibat dari pengaruh proaktif yang diberikan oleh para pengelola pasar. Ada banyak keuntungan yang terkait dengan penggunaan media jual beli *online* untuk transaksi konsumen. Keunggulan ini mencakup efektivitas biaya, potongan harga, jaminan kualitas produk, tampilan visual yang menarik, dan kemudahan akses terhadap informasi produk yang komprehensif. Selain itu, media jual beli *online* ini sering kali menyediakan fasilitas tambahan seperti tempat rekreasi untuk anak-anak dan beragam pilihan makanan, yang menjadi fitur menarik bagi konsumen.

Terdapat perbedaan yang signifikan antara ciri fisik pasar lama dan pasar modern.² Adapun ciri-ciri pasar tradisional secara umum antara lain Pasar tradisional dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah setempat atau daerah adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli barang-barang yang dijual beragam, serta

¹ N Gregory Mankiw, "Makro Ekonomi, Edisi Ke-6", (Jakarta: Erlangga 2007).

² Nel Arianty, "Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay out) Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional", *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 13, no. 1 (2014).

menyatu dalam lokasi yang sama Sebagian besar barang-barang serta jasa yang ditawarkan merupakan hasil produksi lokal sedangkan pasar modern produknya dijual dengan harga pas, memiliki kelas produk yang relatif lebih tinggi, pasar modern lebih mungkin digunakan sistem pembayaran lain seperti dengan kartu debit atau pembayaran kredit.

Suwarman menegaskan bahwa lingkungan fisik mencakup seluruh elemen nyata di sekitar konsumen, seperti ragam produk, penataan ruang usaha, dan barang dagangan di dalam perusahaan tersebut. Indikator yang berkaitan dengan lingkungan fisik meliputi unsur-unsur seperti penyediaan ruang yang nyaman, penataan ruangan, struktur fisik lokasi, dan ketersediaan fasilitas parkir.³

Apabila pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern maka akan berbanding jauh kondisinya di mana pasar tradisional yang lorongnya dipenuhi dengan dagangan, bau pengap, dan kotor sehingga menciptakan suasana kurang nyaman serta akses kendaraan yang sulit dijangkau, hal tersebut menjadi salah satu faktor pasar tradisional di tinggalkan oleh para konsumen atau pembelinya. Terdapat beberapa orang yang masih bertahan memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja bagaimanapun kondisinya dengan alasan bahwa pasar tradisional merupakan budaya, sejarah, dan harga yang masih terjangkau karena masih bisa ditawarkan.

Data survey AC Nielsen menunjukkan jumlah pasar tradisional di Indonesia terus mengalami penurunan berbanding terbalik dengan pasar modern yang naik cukup

³ Ujang Suwarman, "Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran" (PT: Ghalia Indonesia, Bogor, 2004).

drastis. Menurut data survei, terpantau jumlah pasar rakyat pada tahun 2020 sebanyak 16.235. Namun pada tahun 2021, angka tersebut mengalami penurunan hingga mencapai 16.175 pasar. Selanjutnya pada tahun 2022, jumlah pasar rakyat semakin berkurang menjadi 15.450 dan terus berkurang hingga tahun 2023 jumlahnya menjadi 14.182.⁴ Perbedaan tingkat pertumbuhan antara pasar rakyat dan pasar modern cukup signifikan, di mana pasar rakyat mengalami penurunan sebesar -8,1% dan pasar modern mengalami pertumbuhan sebesar 31,4%. Jika kondisi ini terus berlanjut, sejumlah besar pedagang kecil mungkin menghadapi risiko kehilangan penghidupan mereka, yang berpotensi mempengaruhi ribuan atau bahkan jutaan orang.

Pertumbuhan pasar tradisional yang berkelanjutan bergantung pada adanya kondisi bisnis yang kompetitif yang mengutamakan pemahaman konsumen dan penguasaan pasar sasaran. Pasar tradisional memiliki kemampuan untuk mengakomodir permintaan konsumen terhadap produknya Philip Kotler mengungkapkan keputusan pembelian adalah tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum merencanakan untuk membeli suatu produk.⁵ Kotler berpendapat bahwa faktor penentu utama keputusan pembelian mencakup adanya kepercayaan konsumen setelah memperoleh pengetahuan produk, kecenderungan untuk melakukan pembelian berdasarkan preferensi merek, keselarasan atribut produk dengan keinginan atau persyaratan pribadi, dan pengaruh rekomendasi rekan terhadap konsumen. keputusan membuat proses. Keputusan pembelian yang dibuat oleh pembeli berdampak signifikan terhadap keberhasilan pedagang. Untuk itu sangat diperlukan oleh pedagang

⁴ Akhmad Agung Dwi Permana, "Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pemilihan Pasar Tradisional Di Kota Malang", (Universitas Brawijaya, 2017).

⁵ Phillip Kotler dan Garry Armstrong, "Prinsip-Prinsip Pemasaran" Edisi 12 Jilid:1 (Jakarta:Erlangga, 2008), 181.

mempelajari strategi pemasaran agar dapat meningkatkan keputusan pembelian, sehingga memastikan kelangsungan hidup dan profitabilitas bisnis. Terdapat beberapa faktor penting yang berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pasar yaitu kualitas lingkungan fisik, kualitas sosial budaya, kualitas ekonomi⁶.

Untuk itu sebagai upaya dalam menjaga tetap adanya kegiatan jual beli yang beroperasi pada pasar-pasar tradisional, pemerintah Kabupaten Kediri berusaha melakukan perbaikan kualitas fisik pasar seperti tata kelola, fasilitas, hingga kebersihan lingkungan pasar tradisional agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat. Berdasarkan data yang didapatkan terdapat 5 pasar tradisional di daerah Kabupaten Kediri yang sudah diperbaiki kualitas fisik pasarnya oleh pemerintah yang dapat dilihat dari Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Perbaikan Pasar Tradisional di Kabupaten Kediri Tahun 2023

Nama Pasar	Jumlah Lapak	Jumlah Kios
Pasar Gringging	800	94
Pasar Kras	402	35
Pasar Papar	125	0
Pasar Bendo	183	47
Pasar Tiron	72	0

(Sumber : Data Dinas Perdagangan Kabupaten Kediri)

Berdasarkan tabel data perbaikan di Pasar Tradisional di Kabupaten Kediri yang sudah di perbaiki lingkungan fisiknya, Pasar Gringging merupakan pasar dengan jumlah lapak dan kios terbanyak di antara pasar yang direvitalisasi di Kabupaten Kediri. Hal ini menunjukkan bahwa Pasar Gringging memiliki jumlah pedagang yang lebih banyak di banding pasar lainnya.

⁶ Muhammad Hazrin Abd Ghapar, Lar Dr Khalilah Zakariya, And Nor Zalina Harun, "Regeneration For Sustainable Marketplace: A Literature", *Pro C Eeding Sof The 1st* (2014): 1.

Tabel 1.2
Jumlah Rata-Rata Pembeli di Pasar Tradisional di Kabupaten Kediri yang Sudah di Perbaiki Lingkungannya Fisiknya

Nama Pasar	Jumlah Rata-Rata Pembeli Perhari
Pasar Gringging	622 perhari
Pasar Kras	320 perhari
Pasar Papar	105 perhari
Pasar Bendo	121 perhari
Pasar Tiron	60 perhari

(Sumber : Data Dinas Perdagangan Kabupaten Kediri)

Berdasarkan data di atas ada 5 pasar yang proses pembangunannya telah dijalankan di Kabupaten Kediri yaitu ada Pasar Gringging di Kecamatan Grogol, Pasar Kras di Kecamatan Kras, Pasar Papar di Kecamatan Papar, Pasar Bendo di Kecamatan Pare, Pasar Tiron di Kecamatan Banyakan. Berdasarkan data di atas Pasar Gringging memiliki pembeli paling banyak di banding dengan pasar tradisional yang direvitalisasi di Kabupaten Kediri yang lainnya.

Kelima Pasar tradisional di Kabupaten Kediri tersebut dianggap masih berpotensi, salah satunya adalah pasar tradisional Gringging. Pasar tradisional Gringging merupakan pasar yang dikategorikan besar di Kabupaten Kediri karena memiliki jumlah pedagang yang paling banyak berdasarkan jumlah lapak dan kios dibandingkan dengan pasar lainnya, dan juga memiliki pembeli paling banyak di bandingkan dengan pasar tradisional di Kabupaten Kediri yang lainnya.

Pasar Gringging sebelum dilakukan revitalisasi lingkungan fisiknya memiliki kondisi yang memprihatinkan, lokasi Pasar Gringging yang berada dibawah ruas Jalan Raya Gringging menyebabkan sering terjadinya banjir atau becek ketika sedang musim hujan, lokasi parkir yang berada di pinggir jalan tanpa adanya petugas

menyebabkan keamanan tidak terjamin, kebersihan pasar yang cenderung kurang sehingga menyebabkan seringnya tercium bau tidak sedap, bangunan pasar yang terbuat dari kayu dan atap dari seng yang tidak kuat sehingga rawan ambruk, tata letak pedagang yang saling bercampur sehingga menyulitkan pembeli, dan memiliki suasana yang kurang nyaman karena lorong pasar yang sempit dan gelap.

Hal tersebut yang menjadi penyebab konsumen di Pasar Gringging yang mengalami penurunan secara drastis. Pada saat itu pemerintah Kabupaten Kediri tidak hanya diam namun segera merealisasikan bagaimana perbaikan lingkungan fisik pada pasar tersebut perbaikan lingkungan fisik yang akan dilakukan pemerintah antara lain seperti lingkungan pasar, perbaikan dan penambahan fasilitas hingga kecakapan sumber daya manusia yang diharapkan dapat mempengaruhi minat berbelanja pembeli. Berikut merupakan tabel hasil *survey* pada pembeli di pasar Gringging :

Tabel 1.3

Hasil Survey Faktor yang Mempengaruhi Pembeli yang berbelanja di Pasar Gringging setelah dilakukannya Perbaikan Kualitas Lingkungan Fisik

Faktor yang berpengaruh pada Keputusan Belanja pembeli di Pasar Gringging	Jumlah Responden
Kualitas Lingkungan Fisik	16
Kualitas Sosial dan Budaya	5
Kualitas Ekonomi	9
Total	30

(Sumber : Hasil survey pada pembeli Pasar Gringging)

Peneliti melakukan *survey* kepada 30 responden pembeli di Pasar Gringging, Ghapar menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berbelanja di pasar yakni kualitas lingkungan fisik, kualitas sosial dan budaya serta

kualitas ekonomi⁷, dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berbelanja di Pasar Gringging berdasarkan hasil survey yang paling dominan adalah faktor kualitas lingkungan fisik. Berikut tabel 1.4 dan tabel 1.5 yang menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik mempengaruhi jumlah pembeli sesudah adanya peningkatan kualitas lingkungan fisik Pasar Gringging.

Tabel 1.4
Jumlah Rata-Rata Pembeli Pasar Gringging Setiap Hari Sebelum Adanya Upaya Perbaikan Lingkungan Fisik

Jumlah Rata-Rata Pembeli Pada Tahun	Jumlah Rata-Rata Pembeli Per hari
2017	360 orang
2018	307 orang
2019	304 orang

(Sumber : Hasil Survey peneliti pada pengelola Pasar Gringging)

Tabel 1.5
Jumlah Rata-Rata Pembeli Pasar Gringging Setiap Hari Sesudah Adanya Upaya Perbaikan Lingkungan Fisik

Jumlah Rata-Rata Pembeli Pada Tahun	Jumlah Rata-Rata Pembeli Per hari
2021	450 orang
2022	511 orang
2023	622 orang

(Sumber : Hasil Survey peneliti pada pengelola Pasar Gringging)

Pembangunan proyek revitalisasi Pasar Gringging Kabupaten Kediri dilaksanakan tahun 2020 dan diresmikan Januari 2021 menelan anggaran sebesar 16 Miliar Rupiah.⁸ Merupakan upaya pemerintah Kabupaten Kediri memperbaiki lingkungan fisik pasar tradisional Gringging dari fasilitas, tata letak hingga beberapa akses lokasi agar dapat bersaing dengan pasar modern ternyata mempunyai pengaruh

⁷ *Ibid*, 1

⁸ <https://radarkediri.jawapos.com/politik-pemerintahan/781283279/proyek-pasar-gringging-dan-pasar-kras-jalan-terus?page=1> , diakses pada tanggal 23 Oktober 2023.

yang signifikan pada keputusan pembelian yang dapat kita lihat pada perbandingan kedua tabel di atas. Berdasarkan pertimbangan dan penjelasan sebelumnya, maka diperlukan penelitian yang berfokus terhadap keputusan pembelian Pasar Gringging Kabupaten Kediri setelah adanya perbaikan lingkungan fisik dengan judul **“Pengaruh Lingkungan Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Gringging Kabupaten Kediri”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas agar penelitian tidak keluar dari pembahasan, maka akan difokuskan pembahasan melalui rumusan masalah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana lingkungan fisik di Pasar Gringging Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana keputusan pembelian di Pasar Gringging Kabupaten Kediri ?
3. Bagaimana pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian di Pasar Gringging Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Dari paparan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang peneliti lakukan adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui lingkungan fisik di Pasar Gringging Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian di Pasar Gringging Kabupaten Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian di Pasar Gringging Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Mampu memberikan literasi dan informasi dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam dunia bisnis yang berhubungan dengan lingkungan fisik dan keputusan pembelian.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai dampak lingkungan fisik pasar tradisional terhadap keputusan pembelian di Pasar Gringging, sehingga diharapkan pemerintah dapat terus memperhatikan pasar tradisional yang ada di Gringging.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan keilmuan yang ditempuh selama di kampus untuk diterapkan di lapangan atau masyarakat.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berpikir mengenai pengaruh lingkungan fisik pasar terhadap keputusan pembelian. Serta menjadi bahan referensi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang akan dilakukan.

E. Telaah Pustaka

Berikut merupakan telaah pustaka yang digunakan penulis :

1. Jurnal penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Alfamart Wilayah Kabupaten Tangerang ditulis oleh Sugina dari Universitas Raharja.⁹ Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa besaran pengaruh kualitas layanan dan fasilitas fisik terhadap keputusan pembelian di minimarket Alfamart dengan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini pertunjukan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 53,14% secara signifikan dan positif dengan pengaruhnya jika dilakukan peningkatan atau kenaikan proporsi kualitas layanan dapat meningkatkan keputusan pembelian dari persepsi kualitas layanan sebesar 28,1%. terdapat pengaruh fasilitas fisik terhadap keputusan pembelian sebesar 67,89% secara signifikan dan positif. Dengan pengaruhnya jika dilakukan peningkatan atau kenaikan proporsi fasilitas fisik dapat meningkatkan keputusan pembelian dari persepsi fasilitas fisik sebesar 53,33%. dan banyak Pengaruh simultan kualitas pelayanan dan fasilitas fisik terhadap keputusan pembelian sebesar sebesar 71,40% secara signifikan dan positif , jika dilakukan peningkatan atau kenaikan proporsi kualitas layanan dan fasilitas fisik dapat meningkatkan keputusan pembelian dari persepsi layanan sebesar 28,1% dan fasilitas fisik sebesar 53,33%.. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama sama mengkaji mengenai keputusan pembelian sedangkan perbedaannya

⁹ Sugina, S., Sunarya, P., & Nusantoro, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Alfamart Wilayah Kabupaten Tangerang. *Jurnal Manajemen Retail Indonesia (JMARI)*, 4(1), 39-52.

dalam penelitian terdahulu terdapat variabel kualitas pelayanan dan fisik sedangkan penelitian peneliti hanya variabel lingkungan fisik dan keputusan pembelian.

2. Jurnal yang berjudul” Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kesenangan Konsumen Berbelanja Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan”¹⁰ oleh Mira Maulani Utami Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penelitian ini termasuk penelitian yang menggunakan Kuantitatif. Tujuan penelitian ini adalah Tujuan dari penulisan ini yaitu mengetahui apakah *servicescape* dan nilai belanja hedonis dapat mempengaruhi pembelian impulsif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap pembelian impulsif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini mengkaji mengenai lingkungan fisik dan keputusan pembelian, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini juga mengkaji tentang kesenangan konsumen sedangkan penulis hanya mengkaji tentang kualitas lingkungan fisik.
3. Skripsi yang berjudul Kualitas Produk, Harga dan Lingkungan Fisik terhadap Keputusan Pembelian Pada Tarissa Coffe oleh Arifatul Latifah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif.¹¹ penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, harga dan lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian pada Tarissa Coffee baik secara parsial maupun

¹⁰ Hidayatul Mustafidd and Mira Maulani Utami, “Pengaruh Lingkungan Fisik Dan Kesenangan Konsumen Berbelanja Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan”, *Tirtayasa Ekonomika*, 11 no. 2 (2016): 287–302.

¹¹ Arifatul Latifah, Skripsi: “Kualitas Produk, Harga, dan Lingkungan Fisik Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Pada Tarissa Coffe ”, (Jepara: Universitas Islam Nadhatul Ulama Jepara, 2018), 43

simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik tidak mempengaruhi keputusan pembelian, namun secara simultan lingkungan fisik mempengaruhi keputusan pembelian. analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 23 .Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji mengenai lingkungan fisik, perbedaannya adalah skripsi yang ditulis oleh Arifatul Latifah mengkaji tidak hanya lingkungan fisik namun juga kualitas produk dan harga.

4. Penelitian yang berjudul” Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening MS GLOW” Institut Agama Islam Negeri Kediri oleh Amanda Yesi Agustina.¹² Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan metode kuantitatif sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti mengenai kualitas produk sedangkan penulis akan meneliti mengenai Kualitas Lingkungan Fisik.
5. Pengaruh Harga, Lingkungan Fisik, dan Kualitas Pelayanan Pasar Tradisional Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pasar Rakyat Kanigoro Kabupaten Blitar)” yang ditulis oleh Lutfi Qurrota A’yuninjurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut

¹² Amanda Yesi Agustina, Skripsi: “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Whitening Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020), (Kediri: IAIN Kediri, 2023), 5

Agama Islam Negeri Tulungagung.¹³ Studi ini berpusat pada kajian dampak yang diakibatkan oleh lingkungan fisik, serta dampak harga dan layanan di pasar konvensional. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian hipotesis yang dilakukan menunjukkan hal-hal sebagai berikut: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen di Pasar Rakyat Kanigoro Kabupaten Blitar, (2) Lingkungan fisik juga berpengaruh positif dan signifikan secara statistik. berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pasar tersebut, dan (3) Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen pada Pasar Rakyat Kanigoro Kabupaten Blitar. Kesamaan yang diamati dalam penelitian ini berkaitan dengan pembahasan lingkungan fisik. Perbedaannya adalah penelitian ini banyak membahas mengenai beberapa aspek yakni lingkungan fisik, Layanan serta pengaruh harga sedangkan di penelitian peneliti akan membahas pengaruh lingkungan fisik.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu kesimpulan sementara yang belum final, jawaban sementara, dugaan sementara, yang merupakan konstruk peneliti terhadap masalah penelitian, yang menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih.¹⁴ Hipotesis nol (H₀) akan ditolak jika tidak sesuai atau kurang tepat, sementara Hipotesis alternatif (H_a) akan diterima jika fakta tersebut terbukti benar. Dalam penelitian kali ini

¹³ Lutfi Qurrota A'yunin, "Pengaruh Harga, Lingkungan Fisik, dan Kualitas Pelayanan Pasar Tradisional Terhadap Kepuasan, (Universitas Islam Negeri Tulungagung, 2021), 49-92.

¹⁴ Ismail Nurdin, dan Hartati Sri, "Metodologi Penelitian Sosial", (Surabaya: Media Sahabat Cendikia, 2019).

menggunakan 2 variabel yaitu variabel independen (lingkungan fisik) dan variabel dependen (keputusan pembelian). Berikut H0 dan Ha dalam penelitian ini :

1. H0 : tidak ada pengaruh lingkungan fisik pasar terhadap keputusan pembelian di Pasar Gringging
2. Ha : terdapat pengaruh lingkungan fisik pasar terhadap keputusan pembelian di Pasar Gringging.