

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa :

- a. Peningkatan kualitas lingkungan fisik di Pasar Gringging telah menghasilkan perubahan signifikan dalam lingkungan fisiknya. Perbaikan mencakup peningkatan sirkulasi udara yang memadai, penerangan yang optimal, serta tata letak dan kebersihan, semuanya dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasar yang modern. Selain itu, upaya untuk menjaga suasana yang tenang dan kebersihan yang konsisten telah berhasil menciptakan lingkungan pasar yang menarik bagi para pembeli. Dampak positif dari perbaikan ini terlihat dalam peningkatan jumlah pembeli dan nilai variabel keputusan pembelian di Pasar Gringging.
- b. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan variabel lingkungan fisik (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Pasar Gringging Kabupaten Kediri (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai uji Korelasi Pearson sebesar 0,719 artinya terdapat hubungan yang kuat. Serta hasil uji hipotesis nilai thitung > ttabel = 2,616 > 1,966 maka hipotesis H₀ ditolak dan H_a diterima.
- c. Keputusan pembelian di Pasar Gringging terbukti dipengaruhi oleh lingkungan fisik dan dapat dibuktikan dengan adanya uji korelasi pada regresi linier sederhana. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil penghitungan koefisien regresi sederhana memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar 45.544 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,748. Sehingga diperoleh

persamaan regresi $Y=45.544+0,748X$. Berdasarkan persamaan di atas diketahui nilai konstantanya sebesar 45,544. secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat Lingkungan fisik 0, maka Keputusan pembelian memiliki nilai 45,544. Selanjutnya nilai positif (0,784) yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas Lingkungan fisik menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas (lingkungan fisik) dengan variabel terikat (Keputusan pembelian) adalah searah, di mana setiap kenaikan satu satuan variabel lingkungan fisik akan menyebabkan kenaikan keputusan pembelian 0,748.

- d. Pada Uji Koefisien Determinasi dapat diketahui bahwa hubungan/korelasi antara variabel lingkungan fisik dengan variabel keputusan pembelian hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai R yaitu 0,719. Koefisien determinasi atau *R square* memiliki nilai sebesar 0,517, artinya besarnya pengaruh variabel lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian sebesar 51,7% sedangkan sisanya (48,3%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

- a. Bagi Para Pedagang di pasar Gringging Kabupaten Kediri

Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa lingkungan fisik memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel lingkungan fisik termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Maka, peneliti

menyarankan kepada para pedagang di pasar Gringging untuk terus menjaga lingkungan fisik yang meliputi tatanan, fasilitas, kebersihan dan kenyamanan di pasar Gringging kabupaten Kediri sehingga para pembeli juga akan melakukan pembelian ulang di Pasar Gringging Kabupaten Kediri terbukti dari jumlah pengunjung yang meningkat setelah adanya revitalisasi

b. Bagi Pengelola Pasar Gringging

Berdasarkan hasil kuesioner menunjukkan bahwa Pasar Gringging memiliki kekurangan dalam penempatan papan nama, hal ini dapat mempengaruhi pembeli yang ingin berbelanja di Pasar Gringging. Hal ini dikarenakan pembeli biasanya memiliki pedagang langganan, sehingga apabila papan nama belum jelas maka pembeli akan kesulitan mencari pedagang. Peneliti menyarankan untuk membuat papan nama bagi setiap pedagang sehingga memudahkan pembeli mencari pedagang langganannya.

c. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena pengaruh lingkungan fisik terhadap keputusan pembelian sebesar 51,7%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik