

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh infrastruktur, kebersihan, dan harga barang terhadap minat masyarakat berbelanja di Pasar Tradisional Sinonoan Kabupaten Mandailing Natal, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Infrastruktur tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat berbelanja di Pasar Tradisional Sinonoan Kabupaten Mandailing Natal (t hitung $-0,940 < t$ tabel $1,985$; sig. $0,349 > 0,05$), sehingga H_1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi infrastruktur bukan merupakan faktor utama yang menentukan keputusan masyarakat untuk berbelanja di pasar ini. Sebagian besar responden merupakan pelanggan lama dan berprofesi sebagai petani yang telah terbiasa dengan kondisi infrastruktur yang ada, sehingga faktor kebiasaan dan ketergantungan terhadap pasar lebih dominan dibandingkan kondisi fisik bangunan.
2. Kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berbelanja di Pasar Tradisional Sinonoan Kabupaten Mandailing Natal (t hitung $7,562 > t$ tabel $1,985$; sig. $0,000 < 0,05$), sehingga H_2 diterima. Semakin baik kondisi kebersihan pasar, semakin tinggi minat masyarakat untuk berbelanja.
3. Harga barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berbelanja di Pasar Tradisional Sinonoan Kabupaten Mandailing Natal (t hitung $6,874 > t$ tabel $1,985$; sig. $0,000 < 0,05$), sehingga H_3 diterima. Semakin terjangkau dan kompetitif harga barang, semakin tinggi minat masyarakat untuk berbelanja.

4. Infrastruktur, kebersihan, dan harga barang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat berbelanja di Pasar Tradisional Sinonoan Kabupaten Mandailing Natal (F hitung $52,822 > F$ tabel $2,70$; sig. $0,000 < 0,05$), sehingga H_4 diterima. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar $0,611$ atau $61,1\%$, yang berarti ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi minat masyarakat berbelanja sebesar $61,1\%$, sedangkan $38,9\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Pasar dan Pemerintah Daerah

Mengingat kebersihan merupakan variabel dengan pengaruh paling besar dan paling dominan dikeluhkan masyarakat pada tahap pra-penelitian, pengelola pasar dan Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal diharapkan dapat memprioritaskan program peningkatan kebersihan, seperti penyediaan tempat sampah yang memadai, perbaikan saluran drainase, serta edukasi kepada pedagang dan pembeli mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan pasar. Selain itu, pengelola pasar bersama asosiasi pedagang diharapkan dapat mendorong penerapan harga yang lebih transparan dan wajar guna mengurangi persepsi ketidakpastian harga yang selama ini dirasakan sebagian masyarakat. Meskipun infrastruktur tidak berpengaruh signifikan secara statistik, perbaikan infrastruktur tetap perlu dilakukan secara bertahap sebagai bagian dari upaya menjaga kenyamanan jangka panjang dan mengantisipasi persaingan dengan pasar modern di masa mendatang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi minat masyarakat berbelanja, seperti kualitas pelayanan pedagang, kepercayaan konsumen, jarak tempat tinggal, maupun faktor sosial budaya, mengingat kontribusi ketiga variabel dalam penelitian ini hanya sebesar 61,1%. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas cakupan lokasi maupun jumlah sampel penelitian, serta dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti pendekatan kualitatif atau mixed method, agar memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat berbelanja di pasar tradisional.



DAFTAR PUSTAKA

Aini, Annisa Inayatul. *Analisis Pengaruh Pembangunan Infrastruktur terhadap Pembangunan Ekonomi Kota Bandar Lampung Tahun 2009–2015 dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.

Almunawaroh, Tri, Muhammad Ngasifudin, dkk. “Pengaruh Kelengkapan Barang dan Harga terhadap Minat Belanja di Pasar Tradisional Cibeunying.” *Jurnal Ekonomi* 16 (2020): 53–63.

Amelia, Rina, dan Agus Hartono. “Pengaruh Infrastruktur, Kebersihan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Berbelanja di Pasar Tradisional.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 17, no. 1 (2023): 34–49. <https://doi.org/10.21067/jmp.v17i1.6789>.

Amilia, Suri, dan M. Oloan Asmara Nst. “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa.” *Jurnal Paradigma Ekonomika* (2017).

<https://online-journal.unja.ac.id/paradigma/article/download/16769/13274>.

Badan Pusat Statistik. *Laporan Perkembangan Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2020.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Mandailing Natal. *Statistik Perdagangan dan Harga Konsumen Tahun 2024*. Panyabungan: Badan Pusat Statistik, 2024.

Fishbein, Martin, dan Icek Ajzen. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.

Gerung, Christy Jacklin, Janjte Sepang, dan Sjendry Loindong. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail.” *Jurnal EMBA* 5, no. 2 (2017).

Hidayat, R., dan D. Sari. “Interaksi Faktor Internal dan Eksternal dalam Membentuk Minat Berbelanja di Pasar Tradisional.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan* 19, no. 1 (2018): 34–47.

Hidayat, R., dan S. P. Dewi. “Dampak Sanitasi Pasar terhadap Persepsi Konsumen dan Perilaku Pembelian.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 20, no. 1 (2019): 45–60.

Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Raja Wali Pers, 2015.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Laporan Nasional: Kondisi dan Transformasi Pasar Tradisional di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI, 2023.

———. *Survei Nasional Perilaku Konsumen terhadap Pasar Tradisional*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI, 2023.

———. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 37/M-Dag/Per/5/2017 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan*. Jakarta, 2017.

Kompas Cyber Media. “Arti Infrastruktur: Pengertian, Jenis, Fungsi, dan Contohnya.” Diakses tanpa tanggal.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Pearson Education, 2016.

Kurniawan, T., dan M. Astuti. “Harga Kompetitif sebagai Faktor Utama Minat Berbelanja di Pasar Tradisional.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 16, no. 2 (2018): 67–80.

Lestari, Endah. “Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi dan Kualitas Pasar terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Klandasan.” *Jurnal Ekonomi* 13 (2024): 133–138.

Lukito, Yulia Nurliani. *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional melalui Pendekatan Desain dan Interaksi Pengguna Ruang*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Mahendra, I., dan D. Lestari. “Pengaruh Infrastruktur, Kebersihan, dan Harga terhadap Minat Berbelanja di Pasar Tradisional.” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 7, no. 3 (2021): 134–148.

Malano, Herman. *Manajemen dan Kebijakan Pasar Tradisional di Era Modernisasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.

Nasution, S. A., dan R. P. Harahap. “Pengaruh Kebersihan Pasar Tradisional terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Medan.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 19, no. 2 (2020): 145–158.

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2017.

Nurhayati, N., dan M. Setiawan. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen terhadap Atribut Pasar Tradisional.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (2021): 89–102.

———. “Pengaruh Lingkungan Fisik Pasar Tradisional terhadap Perilaku Konsumen Berdasarkan Teori Kotler.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (2021): 89–102.

Pangestu, Aldi Putra. “Pasar Tradisional dalam Genggaman Digital: Minat Konsumen di Era Marketplace.” *Jurnal Ekonomi* 5, no. 9 (2025): 3366–3372.

Pemerintah Indonesia. *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1963 tentang Kebersihan untuk Usaha-Usaha Umum*. Jakarta, 1963.

———. *Peraturan Presiden Nomor 38 Tahun 2015 tentang Kerjasama Pemerintah dengan Badan Usaha dalam Penyediaan Infrastruktur*. Jakarta, 2015.

Prasetyo, A., dan R. Wijaya. "Analisis Minat Berbelanja Masyarakat di Pasar Tradisional: Studi Kasus Pasar Klewer Solo." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2019): 45–58.

Pratama, Adi. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja di Pasar Tradisional*. Skripsi. Universitas Diponegoro, 2022. <http://eprints.undip.ac.id/78901/>.

Putri, A. D. "Pengaruh Harga Barang terhadap Minat Berbelanja di Pasar Tradisional Kota Bandung." *Jurnal Manajemen Bisnis* 13, no. 1 (2022): 89–102.

Rahmawati, L., dan I. Kusuma. "Rekomendasi Konsumen sebagai Indikator Loyalitas terhadap Pasar Tradisional." *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* 12, no. 3 (2019): 78–90.

Saragih, Henri. "Analisis Strategi Penetapan Harga dan Pengaruhnya terhadap Volume Penjualan." *Jurnal Ilmiah Methonomi* 1, no. 2 (2015): 46–54.

Sari, Desi Permata. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 4 (2021): 524–533.

Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk. *Consumer Behavior*. 9th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2007.

Schiffman, Leon G., dan Joseph Wisenblit. *Consumer Behavior*. Pearson, 2019.

Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. *Research Methods for Business*. 7th ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2016.

Simanjuntak, J., dan R. Sitinjak. *Tinjauan Pustaka*. 2015. <https://repository.itebisdewantara.ac.id/50/14/13.%20BAB%20II.pdf>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Almunawaroh, Tri, Muhammad Ngasifudin, Pendidikan Ekonomi, and Pendidikan Ekonomi. *Pengaruh Kelengkapan Barang Dan Harga Terhadap Minat Belanja Di Pasar Tradisional Cibeunying*. 16 (2020): 53–63.

Amilia, Suri. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 6, no. 1 (2017): 660–69.

Amri, Syaeful, Dra Yoestini, and M. Si. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Tradisional Terhadap Perpindahan Berbelanja dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Kota Semarang*. n.d.

- Arrazy, Syafran. "Persepsi Masyarakat tentang Higiene Sanitasi Pasar Tradisional Kota Medan." *Contagion: Scientific Periodical Journal of Public Health and Coastal Health* 2, no. 1 (2020): 1. <https://doi.org/10.30829/contagion.v2i1.7276>.
- Arrohman, Kohar. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Sendang Agung Lampung Tengah*. 10, no. 02 (2019): 10–20.
- Badan Pusat Statistik, *Laporan Revitalisasi Pasar*. n.d.
- Hanapi, Muhammad. "Anjloknya PAD Retribusi Pasar di Madina Ternyata Sudah Berulang." *Mandailing Online*, May 31, 2024. <https://mandailingonline.com/anjloknya-pad-retribusi-pasar-di-madina-ternyata-sudah-berulang/>.
- Heri Purwanto, Wisnu Widayat, M. Elfan Kautab. *Investigasi Empiris Minat Beli Konsumen di Pasar Tradisional*. n.d.
- Kotler, Philip. *Principles of Marketing*. Pearson Education, 2012.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Pearson Education, 2016.
- Lestari, Endah. *Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi Dan Kualitas Pasar Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Klandasan*. 13 (2024): 133–38.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, 2014.
- Nasution, A., and R. Harahap. "Kebersihan Pasar Dan Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Perilaku Konsumen*, 2020.
- Nauli, Roma Dona, Winda Yuner, and Kustin Hartini. "Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Kota Bengkulu." *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3, no. 6 (2024): 723–28. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i6.520>.
- Nia Permatasari, Ni Kadek, and Nyoman Djinar Setiawina. "Efektivitas dan Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang dan Jumlah Kunjungan." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, May 1, 2024, 707. <https://doi.org/10.24843/EEB.2024.v13.i04.p06>.

- Pangesti, Devy Ega, and Yuni Wijayanti. "Pengelolaan Sampah Pasar Tradisional di Pedesaan Indonesia." *Indonesian Journal of Public Health and Nutrition* 3, no. 2 (2023): 169–77. <https://doi.org/10.15294/ijphn.v3i2.59881>.
- Pangestu, Aldi Putra. *Pasar Tradisional Dalam Genggaman Digital : Minat Konsumen Di Era Marketplace*. 5, no. 9 (2025): 3366–72.
- Pramudyo, Anung. "Analisis Pengaruh Revitalisasi terhadap Peningkatan Kesejahteraan Pedagang dan Minat Masyarakat Berbelanja di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pasar Bantul)." *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 14, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v14i1.1014>.
- Putra, I. Putu Dharmawan Suryagita. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Di Pasar Tradisional Tabanan*. 7 (2023): 7137–45.
- Putri, S. "Pengaruh Harga Terhadap Minat Belanja Masyarakat." *Jurnal Ekonomi Regional*, 2022.
- Qolbi, Ayada Ulufal, Husni Awali, Drajat Stiawan, and Happy Sista Devy. *Penerapan Prinsip-Prinsip Ekonomi Syariah Pada Pasar Tradisional Di Indonesia*. 2, no. 1 (2023).
- Ramadhanti, Sabitha Alaya, I. Nyoman Suluh Wijaya, and Turniningtyas Ayu Rachmawati. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berbelanja Masyarakat di Pasar Tradisional (Pasar Pon Trenggalek)*. 02, no. 02 (2026).
- Sabaruddin, Rasfiuddin, and Hafid Bahar. *Analisis Faktor-Faktor Yang Menarik Minat Masyarakat (studi kasus pasar citeureup kabupaten bogor)*. 2, no. September (2022).
- Saragih, Lenti Susanna, and Selviana Vony Meak. *Post-Revitalization of Traditional Market in a Marketing Perspective*. 2, no. 1 (2021): 58–67.
- Schiffman, Leon G., and Joseph Wisenblit. *Consumer Behavior*. Pearson, 2019.
- Sembel, Nadia Mita. *The Influsence Of Customer Value, Customer Trust and Customer Culture on Customer Loyalty In the Langowan Traditional Market*. 11, no. 4 (2023).
- Siregar, H. "Infrastruktur Pasar Dan Minat Berkunjung Konsumen." *Jurnal Manajemen Publik*, 2021.

Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers, 2013, n.d.

Ulyati, Razi, Helmi Noviar, and Dian Ariani. *Determinan Faktor Infrastruktur, Kondisi Pasar, dan Sosial Ekonomi Dalam Mendorong Pemanfaatan Pasar Tradisional: Studi Empiris Dengan Model Probit*. 9 (2025).

Yeostini, Syaeful Amri &. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kebersihan Dan Kenyamanan Di Pasar Tradisional Terhadap Perpindahan Berbelanja Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern Di Kota Semarang*. 2012.

