

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh suasana pasar, interaksi penjual, dan keberagaman produk terhadap minat beli di Pasar Templek Blitar, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Suasana pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Suasana pasar yang nyaman, bersih, tertata dengan baik, memiliki fasilitas yang memadai mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan mendorong minat beli konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Interaksi penjual berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Meskipun interaksi yang ramah dan komunikatif memberikan nilai tambah dalam proses transaksi namun pengaruhnya belum cukup kuat untuk menjadi penentu utama yang mendorong minat beli konsumen untuk melakukan pembelian di Pasar Templek Blitar.
3. Keberagaman produk memiliki pengaruh yang paling dominan dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ketersediaan variasi jenis yang beragam memberikan kesempatan kebebasan dalam memilih dan meningkatkan minat beli konsumen yang memungkinkan terjadinya pembelian.
4. Secara simultan suasana pasar, interaksi penjual, dan keberagaman produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Pasar

Templek Blitar. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi ketiga variabel tersebut saling melengkapi dan mampu menciptakan daya tarik pasar tradisional yang kompetitif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain yaitu :

1. Terbatasnya variabel penelitian. Peneliti hanya mengkaji tiga variabel independen yaitu suasana pasar, interaksi penjual, dan keberagaman produk tanpa mempertimbangkan variabel lain seperti promosi, brand image, dan kualitas produk .
2. Keterbatasan lokasi. Peneliti hanya melakukan penelitian di satu lokasi saja yaitu Pasar Templek Blitar, sehingga generalisasi hasil penelitian ke pasar lain perlu dilakukan dengan hati hati.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan keterbatasan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pengelola pasar. Disarankan untuk terus meningkatkan interaksi dengan pembeli termasuk dalam aspek keramahan, komunikasi, pelayanan, product knowledge agar dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.
2. Berdasarkan hasil uji R diketahui bahwa suasana pasar, interaksi penjual, keberagaman produk terhadap minat beli berpengaruh secara signifikan sebesar 69,6% sisanya 30,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini. Saran untuk peneliti selanjutnya

disarankan untuk menambah variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini sebesar 30,4% misalnya harga, kualitas produk, diskon dan brand image.