

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh selera dan harga terhadap minat beli masyarakat di pasar kuliner Kota Sungai Penuh. Melalui dua sub variabel selera dan harga. Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian adalah :

1. Selera berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di pasar kuliner Kota Sungai Penuh secara parsial dengan nilai  $t_{hitung} 4.004 > t_{tabel} 1,67203$  atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor selera terhadap minat beli masyarakat di pasar kuliner Kota Sungai Penuh.
2. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di pasar kuliner Kota Sungai Penuh secara parsial dengan nilai  $t_{hitung} -.323 < t_{tabel} 1,67203$  atau nilai signifikansi  $.748 > 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor harga terhadap minat beli masyarakat di pasar kuliner Kota Sungai Penuh.
3. Selera dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di pasar kuliner Kota Sungai Penuh secara bersama dengan nilai  $F_{hitung} 8.040 > 3,16 F_{tabel}$  atau nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara

faktor selera dan harga terhadap minat beli masyarakat di pasar kuliner Kota Sungai Penuh.

## 5.2. Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor selera dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli masyarakat di pasar kuliner Kota Sungai Penuh. Secara parsial faktor selera berpengaruh positif dan signifikan, faktor harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli masyarakat. Sehingga dalam penelitian ini memberikan saran :

### 1. Pemerintah

Pemerintah seharusnya serius dalam menata dan mempertahankan eksistensi pasar kuliner. Pemerintah seharusnya menyadari bahwa keberadaan pasar kuliner sebagai pusat kegiatan ekonomi masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas. Selama ini pasar kuliner selalu identik dengan tempat belanja yang kumuh, becek, serta bau, dan karenanya harus didatangi oleh kelompok masyarakat kelas bawah. Gambaran pasar seperti di atas harus diubah menjadi tempat yang bersih dan nyaman bagi pengunjung. Dengan demikian masyarakat dari semua kalangan akan tertarik untuk datang dan melakukan transaksi di pasar kuliner.

## 2. Pedagang

Bagi pedagang, selera masyarakat dan harga juga harus seimbang agar minat beli meningkat walaupun pasca relokasi banyak kendala yang ditemukan.

## 3. Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel promosi, pelayanan dan keragaman barang dalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat.

