

BAB V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas Instrumen Data

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, pengujian validitas kuisisioner menggunakan analisis *Pearson Correlation* dengan tingkat signifikansi 5% (sig. 0,05) pada *two-tailed*. Indikator-indikator pada masing-masing variabel kuisisioner dinyatakan valid apabila memiliki korelasi (r) skor total masing-masing lebih $\geq 0,25$.

Tabel 5. 1
Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Indikator	<i>Pearson Correlation</i>	(r)	Sig.	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	AKS1a	0,711	\geq 0,25	0,000	valid
	AKS1b	0,800		0,000	valid
	AKS1c	0,811		0,000	valid
	AKS1d	0,610		0,000	valid
Fasilitas (X2)	FAS2a	0,722	\geq 0,25	0,000	valid
	FAS2b	0,815		0,000	valid
	FAS2c	0,764		0,000	valid
	FAS2d	0,741		0,000	valid
Komoditi (X3)	KOM3a	0,848	\geq 0,25	0,000	valid
	KOM3b	0,897		0,000	valid
	KOM3c	0,827		0,000	valid
	KOM3d	0,735		0,000	valid
Zonasi (X4)	ZON4a	0,920	\geq 0,25	0,000	valid
	ZON4b	0,916		0,000	valid
	ZON4c	0,913		0,000	valid
	ZON4d	0,812		0,000	valid
Minat Beli (Y)	BEL5a	0,767	\geq 0,25	0,000	valid
	BEL5b	0,571		0,000	valid
	BEL5c	0,656		0,000	valid
	BEL5d	0,693		0,000	valid

Sumber: data diolah

Dari Tabel 5.1 dapat diketahui bahwa *Pearson Correlation* skor total masing-masing indikator pertanyaan untuk setiap variabel adalah $\geq 0,25$ dengan tingkat signifikansi 0,05 (*2-tailed*), sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh item pada kuisioner adalah valid. Setiap indikator pertanyaan pada kuisioner secara nyata memiliki korelasi/hubungan dengan variabel-variabel penelitian yang diwakilinya. Hal ini berarti seluruh indikator pertanyaan yang ditujukan kepada responden dapat mengungkapkan apa yang seharusnya diukur. Setiap indikator dinyatakan memenuhi syarat untuk dapat digunakan pada analisis penelitian selanjutnya. Semua item yang dinyatakan valid tersebut menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan mampu mewakili masing-masing variabel dependen dan independen.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis koefisien Alpha atau *Cronbach's Alpha*. Setiap item pertanyaan pada kuisioner diuji reliabilitasnya dengan skala Alpha antara 0,0 – 1,0 dimana 0,0 – 0,1 berarti kuisioner tidak reliabel dan alpha 0,9 – 1,0 berarti kuisioner memiliki reliabilitas yang tinggi. Sedangkan secara garis besar, reliabilitas suatu instrumen meliputi reliabilitas rendah (alpha < 0,50), reliabilitas moderate/sedang (alpha antara 0,50 – 0,70), dan reliabilitas kuat (alpha > 0,70).

Tabel 5. 2
Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan	
X1	Aksesibilitas	0,707	> 0,70	Reliabilitas kuat
X2	Fasilitas	0,754	> 0,70	Reliabilitas kuat
X3	Komoditi	0,842	> 0,70	Reliabilitas kuat
X4	Zonasi	0,910	> 0,70	Reliabilitas kuat
Y	Minat Beli	0,558	0,5 – 0,7	Reliabilitas moderate

Sumber: data diolah

Pada Tabel 5.2 tentang Uji Reliabilitas diketahui bahwa setiap indikator pada kuisisioner sudah Reliabel. Konsep dasar pada uji reliabilitas adalah tentang stabilitas dan representatif. Kuisisioner pada hakikatnya harus memberikan hasil yang relatif tetap jika dilakukan pengukuran dari waktu ke waktu (stabil) dan apabila dilakukan pada kelompok sampel yang berbeda namun masih dalam satu populasi harus memberikan hasil yang relatif sama (representatif).

Indikator untuk 4 variabel independen yaitu Aksesibilitas, Fasilitas, Ragam Komoditi, dan Zonasi Pasar secara keseluruhan item memiliki tingkat reliabilitas yang baik yaitu dengan *Cronbach's Alpha* masing-masing 0.707, 0.754, 0,842, dan 0,910. Hal ini berarti indikator pada variabel tersebut sudah reliabel. Jika dilakukan penelitian dari waktu ke waktu, indikator kuisisioner variabel-variabel tersebut akan memberikan hasil yang relatif stabil dan memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan ke seluruh populasi (masyarakat yang berbelanja di Pasar Sentolo) di luar sampel penelitian.

Sedangkan untuk variabel dependen yaitu Minat Beli masyarakat menunjukkan *Cronbach's Alpha* 0,558 yang berarti indikator pada variabel Minat Beli memiliki reliabilitas sedang (*moderate reliability*). Indikator pada variabel Minat Beli meliputi frekuensi kunjungan per minggu, selera untuk membeli barang lain di luar rencana, situasi berbelanja yang menyenangkan, dan kepuasan setelah berbelanja.

Tabel 5. 3
***Cronbach's Alpha if Item Deleted* pada Masing-Masing Indikator Variabel Minat Beli**

No	Indikator	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
BEL5a	Frekuensi kunjungan per minggu	0,438
BEL5b	Selera untuk membeli barang lain di luar rencana	0,637
BEL5c	Situasi berbelanja yang menyenangkan	0,445
BEL5d	Kepuasan setelah berbelanja	0,410

Sumber: data diolah

Tabel 5.3 menunjukkan *Cronbach's Alpha if Item Deleted* pada masing-masing Indikator Variabel Minat Beli. *Cronbach's Alpha if Item Deleted* dapat diartikan sebagai nilai *Cronbach's Alpha* Minat Beli yang diperoleh apabila item pertanyaan tersebut dihapus dari kuisisioner.

Frekuensi kunjungan masyarakat ke Pasar Sentolo beraneka ragam mulai dari setiap hari hingga hanya beberapa kali tiap bulannya. *Cronbach's Alpha if Item Deleted* apabila indikator frekuensi kunjungan dihapus memberikan hasil alpha 0,438. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi kunjungan masyarakat dari waktu ke waktu bisa dikatakan

stabil karena pada dasarnya kebutuhan sehari-hari masyarakatlah yang menjadi dasar untuk melakukan kegiatan perbelanjaannya.

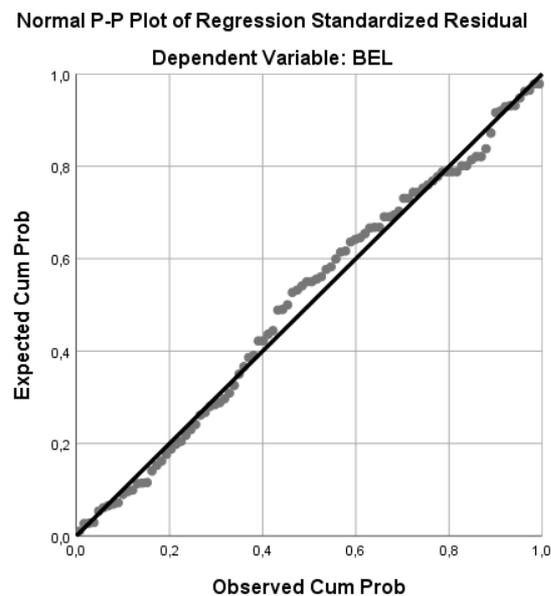
Indikator selera untuk membeli barang lain di luar rencana menunjukkan *Cronbach's Alpha if Item Deleted* 0,637 yang berarti jika item pertanyaan tersebut di hapus akan meningkatkan nilai alpha. Dengan kata lain, indikator tersebut memicu rendahnya *Cronbach's Alpha* variabel Minat Beli Masyarakat untuk berbelanja di Pasar Sentolo. Indikator tersebut melihat hubungan antara selera dengan *budget* responden. Responden dengan tingkat pendapatan kurang dari 1 juta per bulan rata-rata mengaku tidak ingin membeli barang lain di luar rencananya karena *budget* untuk berbelanja yang relatif minim. Hal ini berlaku sebaliknya bagi responden yang memiliki *budget* belanja yang relatif banyak dimana mereka tidak sungkan untuk membelanjakan uangnya di luar rencana. Akibatnya, reabilitas dari item tersebut memicu *Cronbach's Alpha* pada variabel Minat Beli walaupun dengan dihapusnya indikator tersebut tetap menyebabkan *Cronbach's Alpha* Minat Beli berada pada reliabilitas moderate (sedang).

Indikator 5c dan 5d pada variabel Minat Beli menunjukkan *Cronbach's Alpha if Item Deleted* yang lebih rendah sehingga item tersebut tetap digunakan agar *Cronbach's Alpha* variabel Minat Beli berada pada nilai Reliabilitas moderate. Secara keseluruhan, indikator-indikator pada variabel Minat Beli sudah reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian Normalitas dalam penelitian ini menggunakan analisis grafik dengan melihat *Normal Probability Plot*. Distribusi normal digambarkan dengan sebuah garis diagonal lurus dari kiri bawah ke kanan atas. Jika data normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya.



Gambar 5. 1
Uji Normalitas Metode Grafik dengan *P-P Plot*

Berdasarkan tampilan *Normal P-P Plot Regression Standardized* terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan meskipun terdapat sedikit plot yang menyimpang dari garis diagonal. Hasil Uji Normalitas tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal.

Tabel 5. 4
Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

Standardized Residual	N	Test Statistic	Sig. (2 tailed)
	96	0,69	0,200

Sumber: data diolah

Dari hasil uji normalitas metode statistik dengan Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai sig. (*2-tailed*) $0,200 > 0,05$. Hal ini berarti data yang digunakan dalam model regresi menyebar secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinear dalam penelitian ini dengan melihat nilai *TOL* (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (*VIF*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinear apabila memiliki nilai *TOL* diatas 0,1 dan *VIF* tidak lebih dari 10.

Tabel 5. 5
Uji Multikolinearitas

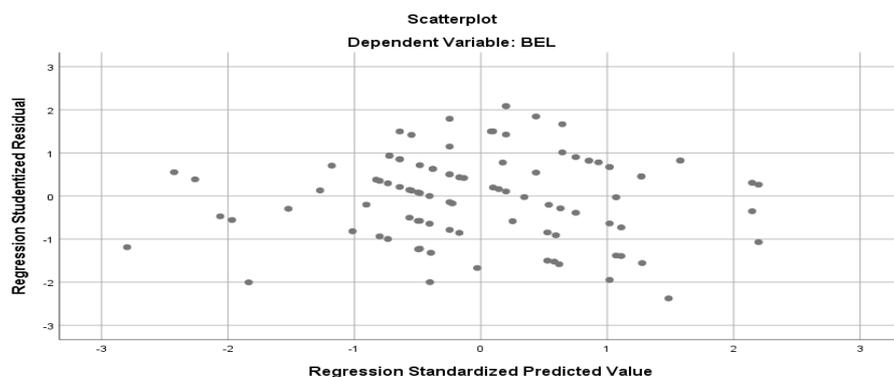
Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan	
	TOL	VIF		
Aksesibilitas	0,734	1,363	TOL > 0,1 VIF < 10	Bebas gejala multikolinearitas
Fasilitas	0,548	1,824	TOL > 0,1 VIF < 10	Bebas gejala multikolinearitas
Komoditi	0,478	2,089	TOL > 0,1 VIF < 10	Bebas gejala multikolinearitas
Zonasi	0,540	1,851	TOL > 0,1 VIF < 10	Bebas gejala multikolinearitas

Sumber: data diolah

Pada Tabel 5.5 menunjukkan bahwa semua variabel bebas (independen) yaitu Aksesibilitas, Fasilitas, Ragam Komoditi, dan Zonasi Pasar mempunyai nilai *TOL* lebih dari 0,1 dan nilai *VIF* kurang dari 10. Hal ini berarti tidak terdapat korelasi yang sempurna antar variabel bebasnya sehingga model regresi yang digunakan dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model regresi dinyatakan baik apabila tidak terdapat pola berbentuk grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Sedangkan Uji Heteroskedastisitas dengan metode uji statistik menggunakan uji Glejser dengan ketentuan sig. > 0,05 yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara seluruh variabel independent terhadap nilai absolute residual.



Gambar 5. 2
Uji Heteroskedastisitas Metode Grafik dengan *scatterplot*

Berdasarkan tampilan pada *scatterplot* terlihat bahwa plot menyebar secara acak diatas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu *Regression Studentized Residual* (Sumbu Y). Oleh karena itu berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik, model regresi yang terbentuk dapat dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas

Tabel 5. 6
Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Variabel	sig.	Keterangan	
Aksesibilitas	0,529	> 0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Fasilitas	0,062	> 0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Komoditi	0,151	> 0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Zonasi	0,162	> 0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber: data diolah

Dari Tabel Output 5.6 dapat diketahui bahwa semua variabel independennya yaitu Aksesibilitas, Fasilitas, Komoditi, dan Zonasi memiliki nilai sig. terhadap abosolut residual yang lebih dari > 0,05 sehingga dipastikan model tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Hal ini berarti varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang konstan atau homoskedastisitas.

C. Uji Hipotesis dan Analisa Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel dependen Minat Beli terhadap variabel-variabel independennya yang merupakan dimensi dari relokasi pasar

yaitu Aksesibilitas menuju pasar, Fasilitas-fasilitas yang disediakan pasar pasca relokasi, Ragam Komoditi jual, dan Zonasi Pasar.

Tabel 5. 7
Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0,297	1,433		0,207	0,836
Aksesibilitas (X1)	0,326	0,100	0,295	3,246	0,002
Fasilitas (X2)	0,128	0,134	0,100	0,955	0,342
Komoditi (X3)	0,220	0,109	0,226	2,011	0,047
Zonasi (X4)	0,236	0,108	0,231	2,178	0,032
R : 0,670 R ² : 0,449 Adj. R ² : 0,425 N : 96 Dependen Variabel : Minat Beli (Y)					

Sumber: data diolah

Dari Tabel 5.7 dapat dilihat pengaruh relokasi pasar tradisional terhadap minat beli masyarakat berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,295 X1 + 0,100 X2 + 0,226 X3 + 0,231 X4$$

Dari persamaan diatas dapat dilihat bahwa hubungan antara Minat Beli Masyarakat untuk berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo dengan Aksesibilitas menuju pasar, Fasilitas pasar, Ragam komoditi jual, dan Zonasi pasar bernilai positif. Hal ini berarti apabila Aksesibilitas, Fasilitas Komoditi, dan Zonasi mengalami peningkatan/kenaikan nilai maka Minat Beli Masyarakat untuk berbelanja akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

2. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen dalam dimensi relokasi pasar terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja.

Tabel 5. 8
Ringkasan Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.	Keterangan	
			Alpha	Signifikansi
Aksesibilitas (X1)	3,246	0,002	< 0,05	Signifikan
Fasilitas (X2)	0,955	0,342	> 0,05	Tidak Signifikan
Komoditi (X3)	2,011	0,047	< 0,05	Signifikan
Zonasi (X4)	2,178	0,032	< 0,05	Signifikan

Sumber: data diolah

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa H1, H3, dan H4 diterima, sedangkan H2 ditolak. Hal ini berarti variabel Aksesibilitas, Ragam Komoditi, dan Zonasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Masyarakat untuk berbelanja dengan ketentuan nilai alpha < 0,05. Sedangkan variabel Fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Masyarakat untuk berbelanja.

3. Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 5. 9
Uji Simultan F

F hitung	Sig.	Alpha	Keterangan
18,561	0,000	< 0,05	Signifikan

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil uji simultan dengan SPSS diperoleh hasil bahwa H0 ditolak. Hal ini berarti seluruh variabel independen, yaitu Aksesibilitas, Fasilitas, Komoditi, dan Zonasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli Masyarakat untuk berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. 10
Koefisien Determinasi

R^2	0,449
<i>Adjusted R²</i>	0,425

Sumber: data diolah

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R square* (R^2) sebesar 0,449. Hal ini berarti variabel independen pada model mempunyai pengaruh yang terbatas terhadap variabel dependen. Dimensi dari relokasi pasar yang berupa variabel Aksesibilitas, fasilitas, komoditi, dan zonasi pada model mempunyai pengaruh sebesar 44,9% terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo. Sedangkan sebesar 55,1%, minat beli masyarakat untuk berbelanja dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

D. Pembahasan

1. Hubungan antara Aksesibilitas dengan Minat Beli

Variabel Aksesibilitas dalam analisis regresi memiliki koefisien 0,295 dengan tingkat signifikansi 0,002. Hal ini berarti Aksesibilitas berhubungan positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo. Apabila Aksesibilitas naik/meningkat, sedangkan faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*), maka minat beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut naik/meningkat.

Aksesibilitas merupakan sarana dan prasarana yang digunakan untuk menunjang perjalanan masyarakat menuju Pasar Sentolo. Indikator Aksesibilitas pada model berupa jarak yang harus ditempuh masyarakat, kondisi jalan raya, sarana-sarana yang ada untuk mengakses pasar, dan lokasi pasar yang strategis.

Pada indikator pertama, hal ini sesuai dengan karakteristik responden menurut asal daerah tempat tinggal. Mayoritas masyarakat yang berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo berdomisili di sekitar Kecamatan Sentolo, yaitu sebesar 83%. Hal ini dapat diartikan bahwa jarak antara tempat tinggal masyarakat dan lokasi pasar yang relatif dekat menyebabkan masyarakat memilih Pasar Percontohan Sentolo sebagai tempat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan. Hasil wawancara singkat dengan beberapa pembeli yang berbelanja menggunakan transportasi sepeda menyatakan hampir setiap hari berbelanja di Pasar Percontohan

Sentolo dari pada di pasar lain karena jarak yang hanya beberapa ratus meter dari tempat tinggal mereka. Sedangkan bagi masyarakat yang berada di luar daerah Sentolo menyatakan bahwa hampir tidak pernah berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo dalam kurun waktu mingguan, dan perbelanjaannya pada saat penelitian dapat diartikan '*sekedar mampir*'. Hal ini berarti semakin dekat jarak antara pasar dan tempat tinggal mampu meningkatkan frekuensi kunjungan masyarakat untuk berbelanja di pasar tradisional tersebut yang merupakan salah satu indikator dari minat beli masyarakatnya.

Pada indikator kedua, kondisi jalan utama yang menghubungkan desa-desa di kecamatan Sentolo sudah beraspal. Berbagai jenis alat transportasi dapat mengakses jalan utama menuju pasar karena kondisi jalan raya yang baik, mulai dari sepeda, sepeda motor, angkot, dan bus. Hal ini menyebabkan masyarakat tidak perlu mengeluarkan biaya lebih, khususnya dalam bentuk waktu. Apabila kondisi jalan masih buruk, maka masyarakat yang rasional akan dihadapkan pada masalah *tradeoff*, dimana masyarakat akan berfikir ulang untuk berbelanja di pasar dengan biaya waktu yang lebih lama karena harus berjalan kaki, atau berbelanja di warung dekat rumah dengan biaya dalam bentuk harga barang yang lebih mahal. Kondisi jalan raya yang relatif baik menimbulkan dampak positif berupa penghematan waktu dan biaya (harga). Hal ini juga berlaku untuk indikator ketiga yang berupa sarana-sarana lalu lintas, yaitu rambu-rambu dan sarana penyeberangan jalan. Sarana lalu lintas yang tertib

menyebabkan rute menuju pasar yang bebas dari kemacetan sehingga masyarakat dapat menghemat waktu lebih banyak.

Indikator keempat merupakan lokasi Pasar Percontohan Sentolo. Pasar tersebut direlokasi ke tepi jalan Nasional yang merupakan penghubung antara Yogyakarta dan Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Lokasi pasar yang sangat strategis memudahkan masyarakat untuk mengaksesnya dari segala daerah, dimana terbukti ada 21% masyarakat dari luar Kecamatan Sentolo yang singgah ataupun sengaja berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fure (2013) dimana variabel lokasi yang strategis berpengaruh terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja di Pasar Bersehati Calaca.

Secara garis besar, Aksesibilitas menuju pasar memiliki koefisien regresi yang paling besar dari pada variabel lain pada model. Hal ini dikuatkan dengan 4 teori pertama 10 prinsip ekonomi. Masyarakat yang ingin berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya dihadapkan pada masalah *tradeoff*, dimana akan menciptakan bermacam-macam *opportunity cost*. Dengan membandingkan biaya dan manfaat yang diperoleh ketika memilih berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo, maka masyarakat yang rasional akan berfikir dengan konsep marginal bahwa akses menuju pasar yang relatif mudah dan efisien memberikan tingkat keuntungan tersendiri.

2. Hubungan antara Fasilitas dengan Minat Beli

Variabel fasilitas memiliki koefisien regresi 0,100 dengan tingkat signifikansi 0,342. Hal ini berarti fasilitas-fasilitas yang dimiliki Pasar Sentolo pasca relokasi berhubungan positif dan tidak signifikan. Apabila Fasilitas-fasilitas yang disediakan pasar mengalami peningkatan, sedangkan faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*), maka minat beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut tidak akan mengalami peningkatan.

Pada dasarnya, masing-masing fasilitas baru di Pasar Percontohan Sentolo hanya ditujukan untuk pihak-pihak tertentu sehingga tidak semua masyarakat yang berbelanja menggunakan fasilitas tersebut. Sebagai contoh fasilitas lahan parkir yang luas sebagai indikator pertama. Lahan parkir yang disediakan Pasar Sentolo Baru lebih luas dan rapi untuk digunakan sehingga bisa menampung segala macam jenis kendaraan yang parkir mulai dari roda dua sampai roda empat dalam kapasitas lebih dari 100. Selain itu, area parkir yang luas berada di sisi samping dan depan pasar sehingga pembeli bisa bebas memilih tempat parkir yang menurut mereka nyaman. Area parkir ini dilengkapi oleh pengelola parkir yang bekerja di bawah koperasi dengan tarif parkir Rp 1.000. Namun kenyamanan dalam hal parkir ini tidak dirasakan oleh masyarakat yang menggunakan angkutan umum baik bus, angkot, ojek, maupun masyarakat yang datang ke pasar dengan diantar sanak keluarga. Oleh sebab itu, adanya kenyamanan parkir tidak berpengaruh signifikan

terhadap minat beli untuk berbelanja di Pasar Sentolo Baru karena beberapa masyarakat yang tidak menggunakan fasilitas parkir tetap melakukan kegiatan perbelanjaan di pasar tersebut.

Indikator kedua yang berupa adanya kamera CCTV juga memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja. Hal ini diperkuat dengan pernyataan beberapa responden saat pengisian kuisioner yang secara garis besar bertanya:

“Lha emang ono CCTV po, mbak? (Lha memang ada CCTVnya ya, mbak?)”

Banyak dari masyarakat yang berbelanja di Pasar Sentolo Baru mengaku tidak mengetahui perihal adanya pemasangan CCTV di setiap sudut pasar yang diawasi langsung oleh kantor keamanan pasar. Pengelola pasar pada hakikatnya memberikan fasilitas keamanan untuk menghindari tingkat kriminalitas yang sering terjadi di pasar tradisional seperti pencopetan maupun penjambretan. Namun ketidaktahuan masyarakat perihal maksimalisasi tingkat keamanan di pasar tersebut tidak mengurungkan niat pembeli yang sudah memiliki rutinitas berbelanja di Pasar Sentolo Baru setiap minggunya, termasuk pengunjung yang baru pertama kali datang ke pasar tersebut tentu belum mengetahui perihal ini. Oleh sebab itu, keberadaan fasilitas CCTV tidak berpengaruh terhadap minat beli masyarakat untuk tetap berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo.

Indikator ketiga dan keempat yang berupa fasilitas ruang terbuka hijau di tengah pasar dan tingkat kebersihan pasar tidak berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan maupun kepuasan berbelanja masyarakat. Jika melihat dari sisi *history* pasar sebelum dan sesudah relokasi, Pasar Sentolo Lama yang sesak, bau, kotor, dan drainase yang tidak baik tetap memiliki frekuensi aktivitas jual beli tinggi tanpa fasilitas-fasilitas tersebut. Begitu pula dengan fasilitas-fasilitas lain di Pasar Sentolo Baru yang sebelumnya tidak tersedia di Pasar Sentolo Lama, seperti ruang laktasi dan kesehatan, musholla, MCK di setiap sudut pasar, ruang metrologi, serta aula. Secara garis besar, fasilitas-fasilitas baru tersebut memang memberikan benefit terhadap kenyamanan ketika berbelanja, namun tidak berpengaruh terhadap minat beli masyarakat untuk tetap berbelanja di Pasar Sentolo Baru, baik sebagai pengguna fasilitas maupun masyarakat yang sadar akan fasilitas tersebut atau tidak.

3. Hubungan antara Ragam Komoditi Jual dengan Minat Beli

Variabel Ragam Komoditi Jual memiliki koefisien regresi 0,226 dengan signifikansi 0,047. Hal ini berarti keberagaman komoditi yang dijual di Pasar Percontohan Sentolo berhubungan positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli masyarakat untuk berbelanja di Pasar Sentolo. Apabila indikator-indikator Ragam Komoditi Jual mengalami peningkatan, sedangkan variabel lain dalam keadaan *ceteris paribus*, maka minat beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut meningkat.

Ragam komoditi jual meliputi indikator-indikator berupa kualitas produk dan kelengkapan barang yang dijual di pasar sehingga masyarakat dapat menemukan barang yang dibutuhkan maupun dicari. Bagi para penjual, harga produk sejenis antar pasar tradisional tentu relatif sama sehingga kelengkapan dan kualitas produk yang tersedia di Pasar Sentolo Baru memberikan nilai positif tersendiri terhadap minat berbelanja masyarakat. Semakin lengkap produk yang dijual pada satu pasar, maka masyarakat mampu memenuhi segala kebutuhan dan keinginannya.

Pasar Percontohan Sentolo terdiri dari 200 unit kios dan 33 unit los yang berjumlah 580 kapling. Dalam pembukuan pihak pengelola pasar, seluruh kios dan los sudah hampir terisi penuh oleh para pedagang yang mendaftar¹. Pasar tersebut menjual berbagai produk mulai dari sandang, pangan, barang-barang tersier, berbagai macam kerajinan lokal seperti batik dan bambu, serta beberapa sektor jasa seperti bank. Masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dan segala urusannya dalam satu tempat dan satu waktu, sehingga minat beli berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo sangat dipengaruhi oleh keanekaragaman produk-produk tersebut. Sebagaimana dalam ekonomi diketahui bahwa permintaan akan suatu barang dipengaruhi oleh produk itu sendiri.

Pada dasarnya, kebutuhan masyarakat adalah tidak terbatas. Setiap individu diharuskan untuk mengkonsumsi berbagai kebutuhan setiap harinya. Kebutuhan tersebut berupa kebutuhan pangan dan sandang yang dapat ditemukan dan dibeli dengan mudah di pasar

¹Lihat Lampiran Pembukuan Pasar

tradisional Sentolo. Selain itu bagi masyarakat yang menginginkan kebutuhan-kebutuhan penunjang lain untuk memuaskan utilitasnya sesuai dengan budget yang dimiliki, maka Pasar Percontohan Sentolo juga menyediakan berbagai produk, mulai dari produk berupa barang maupun jasa. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Fure (2013) yang menyatakan bahwa keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli karena konsumen dapat memenuhi kebutuhannya.

4. Hubungan antara Zonasi dengan Minat Beli

Zonasi pasar memiliki koefisien regresi 0,231 dengan signifikansi 0,032. Hal ini berarti kebijakan zonasi yang diterapkan berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo. Apabila pengaturan tata ruang pada pasar mengalami peningkatan, sedangkan faktor lain dalam keadaan *ceteris paribus*, maka minat beli masyarakat untuk berbelanja juga akan meningkat.

Indikator zonasi pasar pada model berhubungan dengan ketepatan dan kerapian pengelompokan, serta keefektifan dari kebijakan itu sendiri yang meliputi pemasangan plakat-plakat di setiap sudut pasar. Pada dasarnya, masyarakat sangat terbantu dengan adanya pengelompokan jenis pedagang ini karena menciptakan efisiensi waktu. Hal ini sangat membantu bagi masyarakat yang tidak memiliki riwayat rutinitas tinggi berbelanja di Pasar Sentolo Baru. Pembeli dapat memilih produk yang

menurut mereka paling baik diantara produk lain dalam satu kelompok barang dan pedagang.

Penataan pedagang-pedagang di Pasar Percontohan Sentolo sudah sesuai dengan zonanya masing-masing. Bagi para penjual daging, diberikan zona yang sudah dilengkapi dengan sistem drainase yang baik dan fasilitas los dengan meja-meja dari keramik. Pembeli dapat dengan langsung menuju ke zona yang menyediakan barang yang dibutuhkannya dengan bantuan pemasangan plakat-plakat yang ada di setiap lorong pasar. Begitu pula untuk zona pakaian,sepatu dan tas yang menempati zona ruko sehingga kualitas produk tersebut tetap terjaga karena tidak tercampur dengan produk makanan.

Penataan pedagang yang sudah rapi menyebabkan tidak terdapat pedagang-pedagang liar yang berjualan di lorong pasar, sehingga sirkulasi di lorong untuk mobilisasi pembeli sangat lancar. Pembeli dapat dengan leluasa melakukan kegiatan perbelanjaan di zona manapun sesuai kebutuhannya, karena apabila sirkulasi di lorong tidak lancar maka pembeli akan cenderung kekurangan minat belinya untuk berbelanja di area yang ditujunya. Adanya zonasi pasar yang baik menciptakan nilai efisien tersendiri bagi masyarakat karena turunnya biaya berupa waktu dan usaha yang harus dikeluarkan pembeli. Kebijakan ini juga dirasa sangat efektif karena membantu masyarakat yang tidak memiliki rutinitas berbelanja di Pasar Percontohan Sentolo.

Adanya kebijakan zonasi pasar memudahkan masyarakat untuk mengakses seluruh sudut pasar sehingga mampu meningkatkan minat beli masyarakat untuk berbelanja di pasar tersebut. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Anggraini dkk (2017) tentang implementasi kebijakan zonasi pada revitalisasi pasar di Kota Semarang dimana Pasar berstandar SNI harus sistem zonasi yang baik dan tepat sehingga mempunyai pelayanan yang tidak kalah dengan ritel modern. Maka dari itu, untuk mempertahankan eksistensi pasar tradisional perlu dilakukan revitalisasi dengan memperhatikan bentuk bangunan, penataan los atau kios, jumlah pedagang, sarana prasarana, lokasi pasar serta aksesibilitas pasar tradisional (Qoriah dalam Anggraini 2017).