

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian “**Persepsi Konsumen terhadap Sistem Aglomerasi pada Produk Unggulan di Pasar Pragolo Kabupaten Pati**” dapat disimpulkan bahwa:

1. Persepsi Konsumen terhadap Sistem Aglomerasi pada Produk Unggulan di Pasar Pragolo Kabupaten Pati.
  - a. Persepsi konsumen terhadap sistem aglomerasi yang diadopsi Pasar Pragolo di Kabupaten Pati berbeda-beda, yakni ada yang menilai positif dan ada yang menilai negatif. Nilai positif konsumen diungkapkan karena banyaknya produk-produk dari UMKM Kabupaten Pati ini tentu akan menambah keragaman produk-produk jual yang ada di Pasar Pragolo sehingga konsumen bisa memilih produk yang diinginkan. Sistem aglomerasi dirasa lebih Efisien dari segi waktu dan tenaga. Namun konsumen juga ada yang menilai negatif, alasannya karena produknya masih belum begitu lengkap, produk andalan belum tersosialisasi dan belum ada daya tarik buat event kepada konsumen di suatu desa atau di tingkat kabupaten.
  - b. Persepsi konsumen terhadap sistem aglomerasi pada produk unggulan di Pasar Pragolo sangat positif. Positifnya persepsi konsumen dikarenakan kualitas produk yang ditawarkan di Pasar Pragolo merupakan produk yang nilai jualnya unik karena semua barang merupakan produk khas atau produk unggulan dari berbagai potensi produk produsen yang ada di Kabupaten Pati, sistem keamanan dan kenyamanan juga tidak kalah penting bagi para konsumen dan pengunjung yang ada di Pasar Pragolo ini. Sistem keamanan dan sistem kenyamanan ini terbentuk mulai dengan dibukanya post keamanan barang bawaan, pengawasan

- beberapa outlet toko di dalam Pasar maupun arena permainan anak-anak, hingga pelayanan para penjual dan pegawai yang sangat baik, ramah, dan santun.
- c. Secara keseluruhan sistem pelayanan yang diberikan Pasar Pragolo kepada konsumen hampir dapat dikatakan baik, akan tetapi ada satu sistem belanja yang belum terpenuhi yaitu sistem “one shoot shopping” dengan fasilitas *trolley*/tempat belanja.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Konsumen untuk Mengunjungi Pasar Pragolo di Kabupaten Pati
    - a. Faktor internal dipengaruhi oleh sifat atau perilaku yang konsumtif oleh konsumen, konsep diri konsumen akan pemenuhan kebutuhan yang diinginkan, kreatifitas konsumen untuk menemukan inovasi baru terhadap peluang mengenai produk unggulan, dan lain sebagainya.
    - b. Faktor eksternal dipengaruhi oleh segi budaya, bentuk bangunan, fasilitas yang lengkap, kenyamanan, mutu pelayanan serta kualitas barang yang dijual menjadi hal yang tak kalah menarik minat konsumen.

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, saran untuk penelitian selanjutnya yaitu sebaiknya penelitian selanjutnya tidak hanya memfokuskan pada satu objek yaitu konsumen yang melakukan pembelian produk unggulan di Pasar Pragolo. Peneliti selanjutnya bisa saja menambah objek yaitu pegawai maupun pengelola Pasar Pragolo. Selain itu penelitian selanjutnya bisa menambahkan kelemahan dan kelebihan dari sistem aglomerasi yang diadopsi oleh Pasar Pragolo untuk mencapai keberhasilan dari Pasar Pragolo seperti yang diharapkan Pemerintah Kabupaten Pati serta diharapkan agar dapat menambah referensi bagi penelitian selanjutnya.

### C. Keterbatasan Penelitian

Meskipun telah diupayakan semaksimal mungkin, namun ternyata penelitian ini masih banyak keterbatasan penelitian yakni penelitian ini hanya memfokuskan pada satu obyek yaitu konsumen yang melakukan pembelian produk unggulan di Pasar Pragolo.

