

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor perdagangan informal, khususnya para pedagang kaki lima, sudah lama menjadi bagian yang penting dalam perekonomian rakyat Indonesia. Pedagang kaki lima adalah orang yang berjualan barang atau jasa dengan cara sederhana, seperti menggunakan gerobak, tenda, atau lapak kecil. Mereka biasanya beroperasi di tempat-tempat strategis di sekitar lingkungan yang tidak resmi. PKL tidak hanya menunjukkan kegiatan usaha kecil, tetapi juga mencerminkan perubahan sosial dan ekonomi masyarakat yang terus berkembang di berbagai daerah di Indonesia. Di tengah persaingan dengan toko modern dan meningkatnya platform belanja online, PKL masih bertahan karena mampu memberikan harga yang murah dan letak yang dekat dengan pelanggan. Kondisi ini membuat PKL menjadi fenomena yang patut diteliti secara ilmiah, terutama mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk datang dan berbelanja.

Dalam konteks perekonomian nasional, para pedagang kaki lima serta usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran yang sangat penting. Usaha mikro kecil menengah, termasuk pedagang kaki lima, menjadi salah satu fondasi utama perekonomian Indonesia. Pedagang kaki lima yang menjual barang di tempat umum seperti alun-alun, taman kota, dan area wisata ikut membentuk sistem ekonomi yang mendorong kemampuan beli masyarakat dari berbagai latar belakang. Di Kabupaten Bandung, Alun-alun Ciparay merupakan salah satu tempat alun-alun di kecamatan yang paling banyak dikunjungi oleh pedagang kaki lima. Lokasi ini tidak hanya menjadi pusat kegiatan sosial dan budaya bagi masyarakat, tetapi juga tempat kuliner dan perdagangan yang sering dikunjungi oleh orang-orang dari berbagai latar belakang. Lokasi yang strategis di tengah Kecamatan Ciparay membuat area ini sering dikunjungi, baik pada hari kerja maupun hari libur, sehingga menjadi tempat yang cocok untuk mengamati cara orang membeli barang.

Namun, di balik semangat aktivitas ekonomi itu, ada masalah yang sering terlewat, yaitu kekurangan tempat parkir. Dengan semakin banyak orang yang berkendara dan bergerak, lahan parkir di tempat-tempat ramai seperti Alun-alun Ciparay semakin sulit ditemukan. Kondisi seperti ini sering terjadi di area tukar-menukar barang, di mana tempat parkir sering menempati sebagian badan jalan, sehingga menyebabkan pengurangan kapasitas jalan yang tersedia bagi kendaraan lain. Situasi ini kemudian melahirkan juru parkir, baik yang resmi maupun tidak resmi, yang menetapkan tarif kepada para pengunjung yang ingin mengunjungi area PKL. Di daerah Bandung dan sekitarnya, masalah harga parkir telah jadi topik pembicaraan yang banyak dibahas oleh masyarakat.

Tarif parkir di Kota Bandung telah ditentukan oleh pemerintah setempat melalui Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 121 Tahun 2022 tentang pengelolaan parkir di luar jalan raya, yang mulai berlaku sejak 11 Januari 2023. Sementara itu, di Kabupaten Bandung, termasuk wilayah penelitian ini, tarif parkir diatur melalui Peraturan Bupati Bandung Nomor 68 Tahun 2017 tentang Perubahan Tarif Retribusi Tempat Khusus Parkir. Namun, situasi di lapangan menunjukkan perbedaan yang cukup besar dari ketentuan-ketentuan tersebut. Sebagai gambaran umum mengenai fenomena ini, berikut disajikan data tarif resmi dan tarif di lapangan yang terjadi di Kota Bandung sepanjang tahun 2022 hingga 2025, sebelum dilakukan pengamatan langsung di lokasi penelitian yang terdapat pada Tabel 1.2.

Tabel 1. 1 Perbandingan Tarif Parkir Resmi dan Tarif Parkir Di Lapangan di Kota Bandung (2022 - 2025)

No	Jenis Kendaraan	Tahun	Tarif Resmi (Perwal Kota Bandung No. 66/2021 jo. No. 121/2022)	Tarif di Lapangan	Keterangan
1	Roda Dua	2022	Rp3.000/jam	Belum ditemukan kasus pelanggaran spesifik	Tarif resmi baru mulai berlaku 1 Januari 2022 dengan kenaikan hingga 50% dari tarif sebelumnya, sempat menuai keberatan warga terkait besarnya (Tribunnews, 2022)
		2023	Rp3.000/jam	Rp5.000–10.000	Tarif motor yang normalnya berkisar Rp5.000 untuk 2–3 jam ditemukan mencapai Rp10.000 di kawasan Asia

No	Jenis Kendaraan	Tahun	Tarif Resmi (Perwal Kota Bandung No. 66/2021 jo. No. 121/2022)	Tarif di Lapangan	Keterangan
					Afrika dan Stasiun Cimekar (Pikiran Rakyat, 2023)
		2024	Rp3.000/jam	Rp10.000	Tarif Rp5.000 ditambah biaya penitipan helm Rp5.000 ditemukan di Jl. Sultan Agung dan Dalem Kaum (Liputan6, 2024)
		2025	Rp3.000/jam	Rp50.000	Tarif dipasang pada spanduk lahan parkir sekitar Stadion Si Jalak Harupat saat pelaksanaan Piala Presiden 2025 (JPNN, 2025)
2	Roda Empat	2022	Rp5.000/jam	Belum ditemukan kasus pelanggaran spesifik	Tarif resmi baru mulai berlaku 1 Januari 2022 dengan kenaikan hingga 50% dari tarif sebelumnya (Kompas, 2022)
		2023	Rp5.000/jam	Rp10.000 (kasus ekstrem: Rp150.000)	Tarif umum Rp10.000 diberlakukan di Stasiun Cimekar; ditemukan pula kasus ekstrem tarif Rp150.000 pada kendaraan bus di Jl. Kebon Kawung, yang dinilai outlier oleh Dinas Perhubungan (Pikiran Rakyat, 2023)
		2024	Rp5.000/jam	Rp150.000	Kasus terpisah: seorang mahasiswi dikenakan tarif Rp150.000 oleh juru parkir di depan kampus Unisba, yang sempat viral dan memicu teguran Dinas Perhubungan (TvOneNews, 2024)
		2025	Rp5.000/jam	Rp30.000–50.000	Juru parkir tidak resmi meminta Rp30.000 untuk kendaraan minibus di kawasan Balonggede; kasus serupa senilai Rp50.000 terjadi di Jl. Pungkur (Kompas, 2025)

Data tarif yang tertera pada Tabel 1.1 didapatkan dari pemberitaan media mengenai praktik parkir liar di Kota Bandung sepanjang tahun 2022 hingga 2025, bukan dari pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti. Pada tahun 2022, belum ditemukan kasus pelanggaran tarif secara spesifik; yang terjadi justru penerapan tarif resmi baru yang mengalami kenaikan hingga 50% dan sempat

menuai keberatan dari sebagian warga. Barulah pada tahun-tahun berikutnya ditemukan berbagai kasus tarif yang melebihi ketentuan resmi secara signifikan. Data ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai fenomena ketimpangan tarif parkir yang dapat terjadi di area-area PKL lainnya, termasuk lokasi penelitian ini, sebelum dilakukan pengamatan awal langsung yang terdapat pada Tabel 1.2. Kedua kasus tarif Rp150.000 pada kendaraan roda empat tahun 2023 dan 2024 merupakan insiden yang berbeda dan tidak berkaitan, yakni pada kendaraan bus dan kendaraan pribadi, yang kebetulan bernilai sama karena sama-sama tergolong tarif tidak wajar yang sempat menjadi sorotan publik. Perbedaan antara tarif resmi dan tarif yang diberlakukan menunjukkan bahwa masalah biaya parkir bukan hanya menyangkut pendapatan pribadi pengguna, tetapi juga menjadi isu yang terus berulang dan mendapat perhatian dari masyarakat serta pemerintah daerah dari tahun ke tahun.

Dari sudut pandang teori, Litman (2024) menjelaskan bahwa biaya parkir mencakup tarif langsung yang dibayar oleh pengguna, kemudahan mengakses lokasi parkir, kecukupan ruang parkir yang tersedia, serta kenyamanan dari fasilitas pendukungnya. Litman (2024) juga mengatakan bahwa fasilitas parkir adalah bagian yang penting dalam sistem transportasi, karena kendaraan biasanya diparkir selama sekitar 23 jam setiap hari dan membutuhkan tempat parkir di setiap tujuan yang dikunjungi, sehingga menimbulkan dampak yang signifikan di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari sudut pandang yang lebih luas, setiap peningkatan tarif parkir bisa mengurangi jumlah perjalanan kendaraan sekitar 1 hingga 3 persen, tergantung pada situasi yang terjadi. Jika harga parkir terasa terlalu mahal atau fasilitas parkir tidak memadai, hal ini akan menciptakan kesan buruk yang mengurangi keinginan konsumen untuk datang ke suatu tempat belanja, termasuk pasar tradisional. Kaitan antara biaya parkir dan minat pembeli konsumen menjadi dasar teori dalam penelitian ini, di mana biaya parkir ditempatkan sebagai variabel independen yang dianggap memengaruhi minat beli konsumen sebagai variabel dependen.

Beberapa penelitian sebelumnya sudah memberikan dasar bukti nyata bagi penelitian ini. (Ain dan Gurudin, 2025) dalam penelitiannya di Pasar Pelangi

Marina Wakatobi menemukan bahwa pelayanan parkir yang jujur, adil, dan murah ternyata meningkatkan rasa percaya serta minat belanja para konsumen. Hal ini terlihat dari semangat pengunjung yang tinggi dan volume penjualan harian di tempat tersebut yang juga baik. Sementara itu, (Alvi Mevia Elbatista, Abizar, 2024) di Kota Bandar Lampung menemukan bahwa praktik parkir liar yang meminta biaya tidak semestinya dan tidak jelas langsung mengganggu kepuasan belanja konsumen, sehingga berpotensi mengurangi frekuensi kunjungan konsumen ke area UKM sekitar. Selanjutnya, (Azisah & Anam, 2025) di Toko Basmalah Bantaran Probolinggo menemukan bahwa keberadaan lahan parkir berdampak lebih besar terhadap minat beli konsumen dibandingkan lokasi toko, dengan koefisien pengaruh mencapai 0,344. Di sisi lain, (Alvionita et al., 2022) di Kota Pekanbaru juga menunjukkan bahwa fasilitas parkir memengaruhi positif dan signifikan perilaku konsumen, di mana kemudahan akses serta biaya parkir yang terjangkau meningkatkan kenyamanan konsumen saat berbelanja. Penelitian-penelitian tersebut secara keseluruhan menunjukkan bahwa kondisi parkir, termasuk biaya yang dikenakan kepada pengunjung, secara langsung memengaruhi tingkat minat belanja di area perdagangan, sekaligus menjadi dasar empiris yang berlaku di berbagai lokasi, yang memperkuat kebenaran hubungan antara biaya parkir dan minat beli sebelum diuji dalam konteks penelitian ini.

Untuk memperkuat fenomena penelitian dalam konteks tertentu, peneliti melakukan pengamatan awal terhadap 30 konsumen PKL di Alun-Alun Ciparay, Kabupaten Bandung dengan mendistribusikan kuesioner. Observasi ini dilakukan agar bisa memahami situasi biaya parkir (X) dan tingkat minat beli konsumen (Y) di lokasi penelitian sebelum instrumen disebarkan secara lengkap. Hasil pengamatan terhadap variabel biaya parkir ditampilkan pada Tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1. 2 Hasil Observasi Awal Biaya Parkir Konsumen PKL Alun-Alun Ciparay

No	Indikator	Item	Pembobotan	Persentase (%)	Kategori
1	Kewajaran Tarif (1)	X.1	92	13,51%	Cukup
2	Kewajaran Tarif (2)	X.1	82	12,04%	Cukup
3	Keterjangkauan Biaya (1)	X.2	99	14,54%	Cukup
4	Keterjangkauan Biaya (2)	X.2	90	13,22%	Cukup
5	Kejelasan Informasi Tarif (1)	X.3	78	11,45%	Cukup
6	Kejelasan Informasi Tarif (2)	X.3	77	11,31%	Buruk
7	Kesesuaian Biaya dengan Manfaat (1)	X.4	82	12,04%	Cukup
8	Kesesuaian Biaya dengan Manfaat (2)	X.4	81	11,89%	Cukup
Jumlah			681	100,00%	Cukup, Buruk
Rata-rata			85,125		

Sumber: Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil Tabel 1.2, terlihat bahwa kondisi biaya parkir di area Alun-Alun Ciparay masih menunjukkan perbedaan yang cukup besar antar indikator. Indikator kewajaran tarif, keterjangkauan biaya, dan kesesuaian biaya dengan manfaat secara umum berada dalam kategori cukup. Namun, indikator kejelasan informasi tarif adalah satu-satunya indikator yang masuk ke dalam kategori buruk, dengan skor terendah yaitu 77 temuan ini sesuai dan memperkuat bukti pelanggaran tarif yang terdapat pada Tabel 1.1, sehingga rendahnya transparansi bukan hanya persepsi semata, melainkan didasari oleh fakta-fakta nyata dari lapangan.

Berdasarkan aspek minat beli konsumen (Y), hasil observasi awal disajikan pada Tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Hasil Observasi Awal Minat Beli Konsumen PKL Alun-Alun Ciparay

No	Indikator	Item	Pembobotan	Persentase (%)	Kategori
1	Minat Transaksional (1)	Y.1	100	14,43%	Cukup
2	Minat Transaksional (2)	Y.1	90	12,99%	Cukup
3	Minat Referensial (1)	Y.2	87	12,55%	Cukup
4	Minat Referensial (2)	Y.2	70	10,10%	Buruk
5	Minat Prefensial (1)	Y.3	82	11,83%	Cukup
6	Minat Prefensial (2)	Y.3	93	13,42%	Buruk
7	Minat Eksploratif (1)	Y.4	87	12,55%	Cukup
8	Minat Eksploratif (2)	Y.4	84	12,12%	Cukup
Jumlah			693	100,00%	Cukup, Buruk
Rata-rata			86,625		

Sumber: Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil Tabel 1.3, minat beli konsumen PKL di Alun-Alun Ciparay secara umum masuk dalam kategori cukup, kecuali pada indikator minat referensial yang berada di kategori buruk dengan skor terendah sebesar 70. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumen belum mau merekomendasikan area PKL Alun-Alun Ciparay kepada orang lain, meskipun sebagian besar masih tertarik untuk berbelanja. Kondisi ini menunjukkan bahwa keinginan beli orang-orang di area PKL Alun-alun Ciparay masih belum mencapai tingkat yang terbaik.

Temuan ini secara nyata memperkuat tanda-tanda bahwa ada hubungan antara masalah biaya parkir dan minat beli konsumen di area PKL Alun-alun Ciparay. Kekuatan indikasi ini didasarkan pada tiga jenis data yang saling mendukung satu sama lain, bukan hanya dari satu sumber saja. Pertama, data regulatif pada Tabel 1.1 secara jelas menunjukkan bahwa tarif parkir untuk sepeda motor di lapangan melebihi aturan resmi hingga tiga kali lipat lebih besar. Kedua, data persepsi dalam Tabel 1.2 menunjukkan bahwa indikator kejelasan informasi tarif selalu menduduki skor terendah dan menjadi satu-satunya indikator yang termasuk dalam kategori buruk. Ketiga, data pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa dimensi minat beli yang paling rendah adalah minat referensial, yaitu dimensi yang secara konseptual paling sensitif terhadap pengalaman negatif yang dialami oleh konsumen. Pola kesamaan antara ketiga sumber data tersebut semakin kuat berdasarkan hasil penelitian dari Ain dan Gurudin (2025), Alvi Mevia Elbatista dan Abizar (2024), Azisah dan Anam (2025), serta Alvionita dkk (2022). Hasil ini juga didukung oleh temuan kuantitatif dari Litman (2024) yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan tarif parkir menyebabkan penurunan kunjungan sebesar 1–3 persen. Ketiganya secara bersama memberikan dasar bukti yang cukup kuat untuk menyimpulkan bahwa biaya parkir memengaruhi minat beli konsumen di lokasi yang diteliti. Kondisi ini menunjukkan perbedaan antara harapan konsumen terhadap fasilitas parkir yang murah dan bisa diakses dengan kenyataan di lapangan, sehingga perlu dilakukan pengujian langsung menggunakan analisis regresi untuk mengetahui sejauh mana dan seberapa besar pengaruh biaya parkir terhadap minat beli pengunjung pasar di Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung, secara statistik.

Berdasarkan perbedaan tersebut, penelitian ini bertujuan mengatasi kekurangan penelitian sebelumnya dengan mengambil biaya parkir sebagai variabel independen dan minat beli konsumen sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mendapatkan bukti empiris yang lebih jelas dan obyektif mengenai dampak dari biaya parkir terhadap minat belanja konsumen pedagang kaki lima di Alun-alun Ciparay. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan beberapa pertanyaan yang selama ini belum terjawab dalam literatur bisa terpecahkan, dan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat nyata, baik bagi kemajuan ilmu pengetahuan maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan di wilayah tersebut.

Urgensi penelitian ini menjadi lebih kuat karena kondisi yang terus berkembang di berbagai wilayah perdagangan di Indonesia, di mana masalah parkir semakin menjadi faktor penting yang tidak bisa diabaikan dalam menciptakan suasana belanja yang nyaman. Peningkatan jumlah kendaraan bermotor setiap tahunnya semakin memburuk kondisi tempat parkir di area-area perdagangan informal, termasuk di kawasan alun-alun yang biasanya tidak dirancang khusus sebagai pusat belanja. Kurangnya peraturan parkir yang diterapkan secara tetap di area PKL menciptakan kesempatan bagi oknum juru parkir untuk menentukan tarif sendiri tanpa pengawasan yang cukup, seperti yang terlihat pada Tabel 1.1. Kondisi ini menjadikan masalah biaya parkir sebagai isu yang dirasakan nyata oleh para pengguna, sehingga diperlukan penelitian ilmiah yang mampu memberikan dasar untuk merekomendasikan kebijakan, baik bagi pemerintah daerah maupun pengelola area PKL, dalam menciptakan ekosistem perdagangan informal yang lebih stabil dan nyaman.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang sudah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sampai sejauh mana pengaruh biaya parkir terhadap minat beli konsumen terhadap barang yang dijual oleh pedagang kaki lima di Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung. Secara teori, penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor eksternal yang memengaruhi minat beli konsumen di sektor perdagangan informal, serta bisa

menjadi referensi bagi penelitian lain yang membahas topik yang sama. Secara langsung, hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi berbagai pihak terkait, dalam upaya menciptakan ekosistem perdagangan informal yang lebih baik dan mampu bersaing di area Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian tentang dampak biaya parkir terhadap minat beli konsumen pedagang kaki lima di Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung, dapat dikenali beberapa masalah sebagai berikut:

1. Tingginya aktivitas masyarakat di kawasan Alun-alun Ciparay menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan fasilitas parkir bagi pengunjung yang datang menggunakan kendaraan pribadi.
2. Adanya biaya parkir yang harus dibayarkan oleh pengunjung dapat menjadi tambahan pengeluaran bagi konsumen yang datang untuk membeli produk dari pedagang kaki lima.
3. Biaya parkir yang dikenakan kepada pengunjung berpotensi mempengaruhi persepsi konsumen terhadap total biaya yang harus dikeluarkan ketika melakukan pembelian.
4. Belum diketahui secara jelas sejauh mana biaya parkir mempengaruhi minat beli konsumen pada pedagang kaki lima di kawasan Alun-alun Ciparay.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini tetap fokus dan tidak menyimpang dari tujuan awal, penulis membatasi cakupan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya fokus pada dampak tarif parkir terhadap minat pembelian konsumen.
2. Variabel yang dibicarakan dalam penelitian ini adalah biaya parkir sebagai variabel bebas (X) dan minat beli konsumen sebagai variabel terikat (Y).
3. Penelitian ini difokuskan pada para konsumen yang berbelanja di toko kaki lima di area Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung.
4. Penelitian ini tidak melibatkan faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi minat beli konsumen, seperti harga produk, kualitas produk, promosi, atau pelayanan yang diberikan oleh pedagang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi biaya parkir di area pedagang kaki lima Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana tingkat minat beli konsumen terhadap pedagang kaki lima di area Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh biaya parkir terhadap minat beli konsumen pedagang kaki lima di Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi biaya parkir di kawasan pedagang kaki lima Alun-Alun Ciparay Kabupaten Bandung.
2. Mengetahui tingkat minat beli konsumen terhadap pedagang kaki lima di area Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung.

3. Mengetahui seberapa besar pengaruh biaya parkir terhadap minat beli konsumen pedagang kaki lima di Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik dari segi teori maupun penerapan seperti berikut ini:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa membantu meningkatkan pengetahuan di bidang ilmu, terutama dalam manajemen pemasaran yang terkait dengan cara orang membeli barang. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan referensi ilmiah mengenai dampak biaya parkir terhadap minat beli konsumen terhadap pedagang kaki lima, serta bisa menjadi bahan pembelajaran bagi penelitian lain yang membahas topik serupa.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa berperan dalam kemajuan ilmu pengetahuan, terutama di bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan cara konsumen berperilaku. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan bahan referensi ilmiah mengenai dampak biaya parkir terhadap minat beli konsumen terhadap pedagang kaki lima, serta bisa menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

1) Bagi Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini bisa menjadi acuan dalam membuat kebijakan tarif parkir yang lebih adil, sehingga tidak mengganggu kegiatan usaha pedagang kaki lima sekaligus tetap mempertimbangkan kebutuhan pemerintah daerah dalam mendapatkan pendapatan serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

2) Bagi Pengelola Kawasan Alun-alun Ciparay

Penelitian ini bisa menjadi acuan dalam mengevaluasi sistem pengelolaan parkir di wilayah tersebut, khususnya untuk menciptakan kenyamanan dan daya tarik bagi pengunjung agar tetap tertarik berbelanja.

3) Bagi Pedagang Kaki Lima

Penelitian ini membantu memahami faktor-faktor dari luar yang mungkin memengaruhi keinginan beli konsumen, sehingga pedagang bisa membuat strategi yang sesuai, seperti menyesuaikan harga, melaksanakan promosi, atau meningkatkan nilai produk untuk mengatasi persepsi tambahan mengenai biaya yang dirasakan oleh konsumen.

4) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan acuan dan dasar penelitian selanjutnya yang membahas faktor-faktor eksternal lainnya yang mempengaruhi minat beli di sektor ekonomi informal serta di ruang publik.

