

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil data dan analisis yang penulis dilakukan pada pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh variabel lama usaha terhadap pendapatan pedagang kaki lima dengan hasil regresi karena memiliki nilai  $t_{hitung} (2,167) > t_{tabel} (1,67793)$  dengan nilai signifikansi  $0,35 > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan untuk variabel jam kerja tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap pendapatan pedagang kaki lima dengan hasil regresi karena memiliki nilai  $t_{hitung} (-0,488) < t_{tabel} (1,67793)$  dengan nilai signifikansi  $0,628 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak.
2. Secara simultan menunjukkan bahwa lama usaha dan jam kerja tidak berpengaruh terhadap pendapatan PKL karena memiliki nilai  $F_{hitung} = 2,419$  dengan nilai signifikansi  $= 0,100$  dan  $F_{tabel} = 3,20$ .  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak. Hal ini membuktikan bahwa lama usaha dan jam kerja secara bersama-sama tidak memengaruhi pendapatan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Berkaitan dengan lama usaha untuk para pedagang disarankan untuk selalu tekun dalam menjalankan usahanya agar dapat mengasah kemampuan berdagangnya. Selain itu pedagang juga diharapkan melakukan inovasi-inovasi sesuai dengan perkembangan zaman. Berkaitan dengan jam kerja untuk para pedagang agar lebih mengefisiensikan waktunya agar pendapatan bisa ditingkatkan dengan cara melihat waktu-waktu yang efisien untuk berjualan. Kemudian disarankan agar meningkatkan aspek-aspek lain untuk menambah tingkat pendapatannya, seperti dari segi pemasaran, pelayanan, dll.
2. Untuk pemerintah agar terus memperbarui data pedagang serta sarana dan prasarana kawasan wisata kuliner Baiman.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dengan faktor-faktor lain selain dari pada lama usaha dan jam kerja, misalnya dari segi faktor keputusan pembelian konsumen.