

## Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Wisatawan Di Pasar Seni Sukawati Kabupaten Gianyar

Andreas Agung Riantra<sup>a, 1</sup>, Made Sukana<sup>a, 2</sup>

<sup>1</sup>andrriantra5@gmail.com, <sup>2</sup>madesukana@unud.ac.id

<sup>a</sup> Program Studi Sarjana Destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Dr. R. Goris, Denpasar, Bali 80232 Indonesia

### Abstract

*The research is conducted to find out how the condition of the store atmosphere in Sukawati Art Market and to find out the influence of store atmosphere towards tourists' purchase intention in Sukawati Art Market. The methods used in this research is descriptive quantitative. The samples are determined by the slovin formula, as many as 100 out of 75,000 population. Data are collected through observation, questionnaires, literature studies, and visual materials. Data are analyzed by multiple linear regression, hypothesis testing using t test and F test.*

*The result of the research shows that partially store general interior significantly influence tourists' buying interest in Sukawati Art Market as the t test score is bigger than t table score 1,988 which is the t score is 2,135. Also store general exterior significantly influence tourist's buying interest as the t test score is 3,138. Simultaneously, both store and general interior are significantly influence tourists' buying interest in Sukawati Art Market as the f test score is 15,700.*

*Keywords : Store Atmosphere, Tourist Buying Interest, Sukawati Art Market, Traditional Art Market*

## I. PENDAHULUAN

Ketika melakukan perjalanan wisata biasanya para wisatawan membeli sebuah cenderamata dari destinasi yang dikunjunginya, sebuah barang sebagai simbol untuk dikenang ketika sudah kembali ke daerah asalnya, biasanya berbentuk seperti pakaian, alat tradisional, lukisan dan ukiran. Umumnya para wisatawan membeli cenderamata di pasar umum, seperti pasar seni tradisional.

Besar potensi dan produktivitas dari masyarakat dalam menghasilkan suatu karya seni di Bali ini menjadikan banyaknya produk seni yang diproduksi untuk diperjual belikan di sebuah pasar seni, yang pada akhirnya menghasilkan ketertarikan dari para wisatawan untuk membeli produk-produk lokal. Oleh sebab itu pasar tradisional harus terus dipertahankan, karena sesungguhnya di dalam pasar tradisional ada suatu ciri khas dan keunikan yang bisa ditawarkan kepada wisatawan.

Sebuah pasar biasanya digunakan secara umum untuk tempat jual beli barang-barang atau kebutuhan, namun lebih khusus dan menarik lagi, di dalamnya juga ada sejarah panjang yang sebetulnya unik untuk digali, hal ini sebetulnya bisa dijadikan sebuah daya tarik tersendiri khususnya di destinasi wisata seperti Bali. Selain itu banyak pedagang kecil yang menggantungkan hidupnya di dalam pasar tradisional sebagai pedagang, dan harus disejahterakan.

Berkembangnya arus modernisasi dan teknologi, membuat pasar oleh-oleh tradisional ini semakin tergerus eksistensinya, karena kurangnya pemberitaan atau promosi yang semestinya harus di dukung penuh lalu digencarkan oleh pemerintah daerah. Tak lain dan tak bukan salah satu alasan dan sebab penurunan eksistensi pasar tradisional adalah karena makin banyak, menjamur, dan maraknya pasar oleh-oleh modern. Mereka menawarkan barang atau produk yang sama dan mirip dengan pasar oleh-oleh tradisional namun dijual dalam lokasi dan tempat yang lebih nyaman, pelayanan yang modern. Berdasarkan kajian dari Tim SMERU Research Institute (2007) "keberadaan dari pasar modern dapat menurunkan jumlah pembeli di pasar tradisional" (Suryadarma, et.al).

Pasar cenderamata modern ini biasanya punya banyak keunggulan, seperti misalnya dalam bagian tata ruang, lokasinya, bagian dalamnya, dibuat lebih nyaman bagi para wisatawan, ada pengharum ruangan, pendingin ruangan dan lainnya. Kesemuanya itu biasa disebut suasana toko yang lebih nyaman. Efeknya pada pasar cenderamata atau oleh-oleh seni tradisional yakni sedikitnya jumlah wisatawan yang hadir dan datang untuk bertransaksi, karena kebanyakan telah beralih ke tempat cenderamata yang jauh lebih modern.

Pasar Seni Sukawati dikenal sebagai sebuah pasar seni tradisional yang sangat populer di

Bali. Pasar Seni Sukawati terkenal dengan pusat oleh-oleh tradisional yang menyediakan banyak cenderamata lalu pakaian-pakaian seperti kaos barong, selain itu mainan anak, tak lupa juga ada tempat makan di sepanjang jalan di sisi pasar. Apabila dibandingkan antara pasar seni sukawati dengan pusat cenderamata atau oleh-oleh modern, terdapat suasana pasar yang cukup lumayan berbeda, dimana pasar sukawati masih sangat kental ornamen tradisional nan sederhana, suasana bali yang kuat, pedagang lokal yang berkarakter, tapi dengan fasilitas yang kalah nyaman dibanding pusat oleh-oleh modern.

Dari kedua jenis pasar atau pusat oleh-oleh tersebut, memiliki *store atmosphere* yang berbeda. Dari uraian diatas, menarik untuk diteliti Pasar seni Sukawati sebagai pasar tradisional ditengah banyaknya pasar seni modern yakni, apakah *Store Atmosphere*-nya berpengaruh terhadap minat beli wisatawan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Telaah penelitian sebelumnya sangat penting dilakukan untuk membandingkan antara penelitian sebelumnya terhadap penelitian ini berdasarkan fokus penelitian. yang diakhir akan menjadi patokan serta menghindari penelitian ganda, selain itu untuk mengetahui apa keunggulan dari penelitian yang sekarang dilakukan dibandingkan dengan penelitian yang sudah ada. Penelitian yang pertama oleh Meldarianda dan Lisan S tahun 2010, dengan judul "Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Resort Café Atmosphere Bandung*" yang punya kemiripan fokus di *store atmosphere* namun berbeda lokasi.

Penelitian ini menggunakan konsep - konsep sebagai landasan, adapun diantaranya yaitu konsep pengaruh dari Surakhmad tahun 1982, yang digunakan sebagai landasan pengertian tentang pengaruh, agar tidak ada salah arti pada definisi tentang pengaruh. Selanjutnya konsep *store atmosphere* oleh Levy and Weitz (2001) digunakan untuk menganalisis pasar seni sukawati dengan cara mendeskripsikan tentang suasana pasar.

Lalu konsep minat beli, oleh Kotler (2005). Diaplikasikan untuk membuat analisis serta deskripsi minat beli wisatawan di pasar seni Sukawati. Dan ada Konsep wisatawan, berdasarkan *World Tourism Organization*, 2010

"wisatawan adalah orang yang berkunjung ke suatu tempat dengan durasi waktu lebih dari satu hari atau 24 jam. Apabila di bawah itu maka hanya disebut pengunjung biasa."

## III. METODE PENELITIAN

Dilakukan di Pasar Seni Sukawati, merupakan pusat oleh-oleh dan kesenian tradisional Bali. Jumlah pedagang berdasarkan data kantor Pasar Seni Sukawati berjumlah 897 pedagang yang berada di dalam gedung, dan 59 pedagang di luar gedung.

Menggunakan data kualitatif berupa deskripsi hasil observasi di Pasar Seni Sukawati tentang *store atmosphere*. Lalu deskripsi hasil pengisian kuesioner oleh wisatawan, dan deskripsi tentang hasil uji hipotesis. Selanjutnya Data berupa data jumlah pedagang di Pasar Seni Sukawati, persentase jawaban responden.

Sumber data primer berupa observasi langsung ke lapangan dan hasil penyebaran kuesioner kepada wisatawan di Pasar Seni Sukawati. Sumber data sekunder berupa dokumen dari kantor Pasar Seni Sukawati berupa Profil Pasar Seni Sukawati yang berisi jumlah pedagang, jumlah kunjungan wisatawan, struktur organisasi dan sejarah Pasar Seni Sukawati.

Pengumpulan data yang dilakukan dengancara observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mencari tahu atau untuk mengetahui kondisi pasar seni sukawati, agar dapat mengidentifikasi suasana pasarnya, bagaimana kondisi atau rupa bagian dalam pasar dan bagian luar pasar. sehingga nantinya data dapat dideskripsikan dengan data yang sesuai di lapangan. Lalu kuesioner dilakukan untuk mencari tahu tanggapan para wisatawan terkait dengan fokus penelitian yaitu *store atmosphere* terhadap minat beli wisatawan, hasilnya data akan diolah dengan bantuan program spss untuk kemudian dianalisis pengaruhnya secara deskriptif. Dan dokumentasi digunakan untuk bukti pendukung dalam bentuk visual seperti gambar suasana pasar (*store atmosphere*) pada bagian luar dan dalamnya. yang mana adalah hasil dari observasi, penyebaran angket kuesioner

### 3.1 Deskripsi Asal Responden

Seluruh responden berasal dari Indonesia yang tersebar dari berbagai wilayah atau provinsi yang ada di tanah air. Responden yang

berasal dari Jabodetabek adalah yang terbanyak dengan total responden sebanyak 31 atau 31%, lalu diikuti dengan yang berasal dari Jawa Timur sebanyak 30 responden atau 30%, setelah itu dari Makassar sebanyak 13 responden atau 13%, lalu dari Kalimantan sebanyak 8 responden atau 8%, setelah itu ada dari NTT sebanyak 4 responden atau 4%, lalu dari Jawa Tengah sebanyak 3 responden atau 3%, dan terakhir ada yang berasal dari Papua, Riau, Sumbawa, Medan, Lampung, Kupang, Sulawesi dengan masing – masing 1 responden.

### 3.2 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini memakai teknik deskriptif kuantitatif. Diawali dengan membagikan angket, lalu melaksanakan uji kuesioner, kemudian uji regresi linier.

Setelah mendapatkan data hasil pengisian kuesioner, peneliti membuat rekap atau *report* hasil penyebaran kuesioner dengan cara meng-*input* atau memasukan data ke dalam aplikasi program *spss*. Setelah peneliti memasukan hasil kuesioner, selanjutnya peneliti melakukan olah data dengan menggunakan aplikasi program *spss*.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Pasar Seni Sukawati

Luas area tanah Pasar Seni Sukawati sesuai dengan Pajak Bumi dan Bangunan Tahun 2010 adalah seluas 2.300m<sup>2</sup>, sedangkan Luas bangunan yang dimiliki Pasar Seni Sukawati adalah seluas 2.103m<sup>2</sup>.

Setelah itu, jumlah pedagang di Pasar Seni Sukawati totalnya berjumlah 897 (Delapan ratus Sembilan puluh tujuh), yang terbagi menjadi dua bagian yaitu yang berada di dalam gedung Blok A, B, C, kemudian yang berada di luar gedung. Dengan total jumlah pasar atau los di dalam gedung berjumlah 778 (Tujuh ratus tujuh puluh delapan) pedagang. dengan rincian 168 (Seratus enam puluh delapan) pedagang berada di Blok A lantai 1 dan 2, lalu 210 (Dua ratus sepuluh) pedagang di Blok B lantai 1, kemudian 201 (Dua ratus satu) pedagang pada Blok B lantai 2, dan 199 (Seratus Sembilan puluh Sembilan) pedagang di Blok C lantai 1 dan 2.

Lalu para pedagang yang berada di luar gedung berjumlah total 59 (Lima puluh Sembilan) pedagang. Dengan rincian yang memiliki kios di luar gedung berjumlah 23 (Dua

puluh tiga) pedagang, dan para pedagang senggol berjumlah 37 (Tiga puluh tujuh) pedagang.

### 4.2 Suasana Pasar (*Store Atmosphere*)

#### 4.2.1 Keadaan Bagian Luar (*Outstore Atmosphere*) Pasar Seni Sukawati

##### a. Bagian Depan Pasar

Pada Pasar Seni Sukawati, bagian muka toko terlihat sangat khas budaya Bali yang merupakan suatu keunikan bagi wisatawan, dengan berdirinya pura tepat di depan Pasar Seni Sukawati, lalu ada sepasang patung dibalut dengan kain poleng khas Bali di sebelah kanan – kiri jalan masuk seakan-akan menyambut para wisatawan, papan nama yang bertuliskan “selamat datang di Pasar Seni Sukawati” berwarna putih dengan ukuran tulisan yang besar terpampang di dinding luar (*exterior*), membuat Pasar Seni Sukawati mudah dikenali

##### b. Pintu Masuk (*entrance*)

Pada Pasar Seni Sukawati terdapat 3 blok bagian yakni blok A dan blok B, dan C masing-masing blok memiliki pintu masuk, Pintu masuk Pasar Seni Sukawati pada blok B cukup unik karena dilengkapi dengan pahatan patung disebelah kanan-kiri jalan pintu masuk, dengan lebar jalan pintu masuk kurang lebih satu meter.

##### c. Tampilan Jendela (*Display Window*)

Pada Pasar Seni Sukawati, tampilan jendela masing-masing toko pedagang luarnya langsung digunakan untuk meletakkan dan menyusun barang dagangan lalu di atur sedemikian rupa untuk menarik pembeli, terlihat juga jendela pada bangunan Pasar Seni Sukawati, namun tidak digunakan untuk mendisplay barang agar terlihat dari luar.

##### d. Tinggi dan Ukuran Gedung (*Height and Size Building*)

Tinggi dan ukuran gedung pada Pasar Seni Sukawati terlihat tidak terlalu tinggi Karena mengacu pada aturan budaya di Bali bahwasanya tinggi bangunan tidak boleh melebihi tinggi pohon kelapa, lalu untuk ukuran gedung cukup besar karena di dalamnya menampung puluhan bahkan ratusan pedagang. Langit-langit gedung pasar Seni Sukawati terlihat tinggi, membuat kesan ruangan seolah-olah menjadi lebih besar.

##### e. Keunikan (*Uniquenes*)

Desain bangunan Pasar Seni Sukawati terlihat Klasik atau terkesan tua namun juga kokoh, hal tersebut menjadi suatu keunikan tersendiri bagi Pasar Seni Sukawati karena tipe desain bangunan yang klasik bisa seolah-olah menggambarkan citra dari Pasar Seni Sukawati sendiri, yakni sebuah pasar seni tradisional dengan nilai sejarah, budaya dan *heritage* yang tinggi, selain itu, pada bangunan terdapat ukiran atau ornament khas Bali, dan ditambah dengan pura yang kokoh berdiri di depan Pasar Seni Sukawati menambah keunikan dari Pasar Seni Sukawati ketika dilihat dari luar.

f. Lingkungan Sekitar (*Surrounding Area*)

Keadaan lingkungan sekitar Pasar Seni Sukawati terbilang cukup ramai dikarenakan di sekitar Pasar Seni Sukawati juga banyak pedagang di pinggir jalan yang menjajakan produknya, lalu tepat disebelah Pasar Seni Sukawati terdapat Pasar Umum Sukawati, yang mana diperuntukkan untuk umum tapi mayoritas adalah warga sekitar atau orang-orang Bali yang bukan wisatawan yang datang, karena memang diperuntukkan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat lokal sehari-hari seperti sembako, buah-buahan, bahan makanan, seperti pasar-pasar umum lainnya.

g. Tempat Parkir (*Parking Area*)

Tempat Parkir terbilang cukup luas, penempatan tempat parkir dibagi dua yakni untuk motor dan untuk mobil, keduanya memiliki jarak yang sangat dekat dengan Pasar Seni Sukawati. Untuk motor roda dua lokasi parkir terletak disebelah Pasar Seni Sukawati, tepat di kedua sisi jalan. Sedangkan untuk mobil roda empat lokasi parkir terletak di depan atau di halaman blok B dari Pasar Seni Sukawati, untuk parkir Mobil juga cukup luas, bisa menampung mobil Bus pariwisata dan mini bus.

#### 4.2.2 Keadaan Bagian Dalam (*Instore Atmosphere*) Pasar Seni Sukawati

a. Lantai (*Flooring*)

Lantai pada pasar Seni Sukawati berbentuk persegi dan tidak terlalu besar, dan berwarna merah, lantai di Pasar Seni Sukawati bukan berjenis keramik, melainkan jenis terakota yang berbahan dasar tanah liat. Jenis lantai ini membuat Pasar terlihat *vintage*, atau terkesan seperti bangunan tua, alami, dan klasik.

b. Warna dan Pecahayaan (*Color and Lightening*)

Di dalam Pasar Seni Sukawati, tidak terdapat lampu utama yang besar untuk menerangi seluruh ruangan pasar, melainkan di dalam Pasar Seni Sukawati, tiap pedagang memasang lampu sendiri-sendiri pada area dagangannya, rata – rata pedagang memasang lampu berwarna putih dan bohlam kuning, ada yang pencahayaannya terang, ada juga yang terkesan redup atau kurang terang.

c. Aroma dan Musik (*Scent and Sound*)

Pada Pasar Seni Sukawati, tidak terdapat musik yang diputar. Namun pada aspek aroma, di dalam pasar Seni Sukawati tercium aroma bahan pakaian atau tekstil, dan yang menarik adalah aroma dupa yang dibakar pedagang ketika bersembahyang. Hal tersebut memberikan suasana yang kuat tentang budaya Bali yang mayoritas penduduknya beragama Hindu, yang mungkin tidak mereka dapati ketika mengunjungi pasar di daerah asal wisatawan.

d. Penempatan (*Fixture*)

Penempatan produk di Pasar Seni Sukawati tergantung pada para pedagang masing-masing. Umumnya para pedagang menempatkan produk-produk utama mereka di bagian paling depan toko mereka. Sehingga ketika calon pembeli datang maka akan langsung tertuju pada produk utama yang ingin mereka jual.

e. Tekstur Dinding (*Wall Texture*)

Pada kasus di Pasar Seni Sukawati seluruh ruangan di dalam pasar tidak terdapat hiasan di dinding, di karenakan setiap sisi pasar telah digunakan oleh para pedagang untuk menjajakan produk yang mereka jual. Jadi, yang terlihat hanyalah area dagang masing-masing pedagang.

f. Suhu Udara (*Temperature*)

Dalam Pasar Seni Sukawati, suhu ruangan terasa cukup panas karena mayoritas ruangan diisi oleh para pedagang dan dagangannya serta para pengunjung yang datang ke Pasar Seni Sukawati. Dan tidak terdapat pendingin ruangan seperti kipas angin berukuran besar ataupun *Air Conditioner*. Pendingin ruangan seperti kipas angin hanya digunakan pedagang untuk area dagang mereka sendiri.

g. Penempatan Produk yang Tidak Normal (*Dead Area*)

Pada Pasar Seni Sukawati, terdapat produk yang dijajakan pada beberapa titik *dead area* seperti pintu masuk, toilet dan sudut ruangan. Hal ini disebabkan karena banyaknya pedagang dan produk yang dijual oleh para pedagang yang ada di Pasar Seni Sukawati.

#### h. Lebar Gang (*Width of Aisles*)

Pada Pasar Seni Sukawati lebar gang untuk wisatawan berjalan mengelilingi pasar terbilang cukup sempit kurang lebih lebar gang 1.5 meter persegi antara pedagang satu dengan pedagang lainnya.

#### i. Pedagang

Di Pasar Seni Sukawati, para pedagang sopan dan ramah, serta cepat tanggap ketika wisatawan membutuhkan sesuatu atau terkait dengan produk. Namun disamping itu, para pedagang terlalu bersemangat menawarkan produknya kepada wisatawan sehingga tercipta kesan tarik menarik memperebutkan wisatawan untuk membeli produk mereka.

#### j. Harga

Harga – harga produk yang dijual di Pasar Seni Sukawati terbilang cukup murah. Berkisar kurang lebih Rp.15.000,- untuk sebuah kaos atau baju khas Bali, hingga Ratusan ribu rupiah untuk produk yang lebih bagus kualitasnya seperti kain tenun Bali, hingga lukisan. Harga tersebut juga bukan harga mati, dengan kata lain harga masih bisa ditawar, dengan kesepakatan dengan penjual dan pembeli tentunya.

#### k. Teknologi

Tidak banyak teknologi modern yang terdapat di Pasar Seni Sukawati, sebagian besar masih menggunakan teknologi – teknologi tradisional. Intensitas komunikasi antara penjual dan pembeli juga masih tinggi, karena pembeli ingin lebih tau tentang produk yang dijual, dan tawar – menawar hingga mencapai kesepakatan harga

#### l. Kebersihan

Kebersihan di dalam Pasar Seni Sukawati terbilang cukup bersih karena setiap pedagang memiliki tanggung jawab tentang kebersihan di area dagangnya masing – masing. Terdapat juga petugas kebersihan yang rutin mengambil dan mengumpulkan sampah – sampah yang sudah penuh pada setiap tong sampah.

#### m. Arus lalu lalang (*Traffic Flow*)

Arus lalu lalang pada Pasar Seni Sukawati adalah berpola memutar atau disebut *loop/racetrack layout*, dimana terdiri dari pintu masuk utama, lalu mengelilingi seluruh ruangan yang berbentuk persegi lalu kembali lagi ke pintu masuk. Pola ini memungkinkan wisatawan untuk menjangkau seluruh ruangan sehingga setiap pedagang memiliki kesempatan yang sama untuk menjajakan produknya.

#### n. Alokasi tempat

Di dalam Pasar Seni Sukawati pengalokasian ruangan ini hampir sama untuk semua pedagang, yakni ruangan untuk penjual menjadi satu dengan ruangan penjualan, untuk pembeli atau pelanggan disediakan di depan toko atau pada jalan tempat berlalu – lalang.

#### o. Dekorasi

Pasar Seni Sukawati tidak memiliki dekorasi – dekorasi khusus pada hari atau acara tertentu, Hal ini tidak dilakukan, yang mana para pelaku usaha atau pedagang berpakaian bebas setiap harinya, tidak mengacu pada musim atau tema tertentu. Dekorasi ruangan nampak seperti budaya Bali setiap harinya, tidak terlalu dibuat-buat yang berlebihan digunakan pada Pasar Seni Sukawati, di dalam pasar hanya terdapat produk – produk dagangan para penjual yang ditata sedemikian rupa.

### 4.3 Minat Beli Wisatawan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada para wisatawan yang datang, dari keempat dimensi minat beli seperti transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Ditemukan bahwa minat eksploratif punya nilai yang paling tinggi dengan persentase 79% yang mana hal ini berarti para wisatawan telah mencari banyak informasi tentang Pasar Seni Sukawati sebelum memutuskan untuk berkunjung.

Lalu minat referensial juga memiliki nilai persentase yang baik yakni 78%. Hal ini dapat diartikan bahwa mayoritas pengunjung Pasar Seni Sukawati bersedia untuk merekomendasikan Pasar Seni Sukawati kepada kerabat mereka untuk dikunjungi apabila berwisata ke Bali. selanjutnya pada dimensi minat beli transaksional dan preferensial nilai persentasenya juga baik dengan persentase sebesar 72% dan 74%. namun masih di bawah dua dimensi

sebelumnya yaitu minat eksploratif dan minat referensial.

#### 4.4 Hasil Analisis Uji regresi Linier Berganda

##### 4.4.1 Pengaruh *Store Exterior* Terhadap Minat Beli Wisatawan

Pengujian  $t$  hitung hipotesis, didapat variabel Eksterior mempunyai hasil  $t_{hitung}$  lebih tinggi melewati nilai  $t_{tabel}$  yaitu 3,138 lebih besar dibanding dengan  $t_{tabel}$  yaitu 1,988 dengan tingkat signifikansi 0,002 yang mana dibawah nilai  $\alpha = 0,05$ . dapat dinyatakan apabila hipotesis diterima. Mengacu pada hasil tersebut, bisa diinterpretasikan sesungguhnya bagian Eksterior berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan.

##### 4.4.2 Pengaruh *Store Interior* Terhadap Minat Beli Wisatawan

Pengujian  $t$  hitung hipotesis didapat bahwa General Interior mendapat nilai  $t_{hitung}$  yang lebih tinggi melewati nilai  $t_{tabel}$  sejumlah 2,135 lebih besar dibanding dengan  $t_{tabel}$  yaitu 1,988 dengan tingkat signifikansi sejumlah 0,035 yang mana dibawah dari nilai  $\alpha = 0,05$ . yang berarti dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima. Berdasarkan Hasil penelitian diatas diketahui apabila *General Interior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan.

##### 4.4.3 Pengaruh Bagian luar pasar (*Exterior*), dan Bagian dalam pasar (*General Interior*) Terhadap Minat Beli Wisatawan.

Pengujian hipotesis dengan menerapkan uji  $F$  diidentifikasi jika nilai  $F_{hitung}$  lebih superior dari  $F_{tabel}$  yaitu  $15,700 > 3,09$  bersama tingkat signifikansi 0,000 yang mana dibawah nilai  $\alpha = 0,05$ . Maka dari itu dapat dibuktikan bahwa Bagian luar pasar (*Exterior*) dan Bagian dalam Pasar Seni Sukawati (*General Interior*) secara bersama – sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan pada minat beli wisatawan.

## 5 PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

1. Bagian luar pasar seni sukawati terdapat pura tepat di depan Pasar Seni Sukawati, lalu ada sepasang patung khas Bali di sebelah kanan – kiri jalan masuk, papan nama yang bertuliskan “Selamat Datang di Pasar Seni Sukawati” berwarna putih dengan ukuran tulisan yang besar terpampang di dinding luar, dari segi konstruksi atau bentuk bangunan, Pasar Seni Sukawati memiliki ketinggian Pasar

yang tidak terlalu tinggi, karena merupakan sebuah aturan di Bali jika tinggi suatu bangunan tidak boleh melebihi tinggi pohon kelapa.

Keadaan lingkungan sekitar Pasar Seni Sukawati terbilang cukup ramai dikarenakan di sekitar Pasar Seni Sukawati juga banyak pedagang di pinggir jalan yang menjajakan produknya, lalu tepat disebelah Pasar Seni Sukawati terdapat Pasar Umum Sukawati. Tempat Parkir di Pasar Seni Sukawati terbilang cukup luas, penempatan tempat parkir dibagi dua yakni untuk motor dan untuk mobil, keduanya memiliki jarak yang sangat dekat dengan Pasar Seni Sukawati.

2. Kondisi bagian dalam Pasar Seni Sukawati, lantai di Pasar Seni tidak berjenis keramik melainkan berjenis *terakota* yang berbahan dasar tanah liat. Jenis lantai ini membuat Pasar Seni Sukawati terkesan identic seperti bangunan tua, alami, dan klasik. di dalam Pasar Seni Sukawati, tiap pedagang memasang lampu sendiri-sendiri pada area dagangannya. aroma dupa yang dibakar pedagang ketika bersembahyang memberikan suasana yang kuat tentang budaya Bali yang mayoritas penduduknya beragama Hindu.

Umumnya para pedagang menempatkan produk-produk utama mereka di bagian paling depan toko mereka. Lalu dalam Pasar Seni Sukawati, suhu ruangan terasa cukup panas karena mayoritas ruangan diisi oleh para pedagang dan dagangannya serta para pengunjung yang datang ke Pasar Seni Sukawati. lebar jalan untuk wisatawan berjalan mengelilingi pasar terbilang cukup sempit kurang lebih lebar gang 1.5 meter persegi antara pedagang satu dengan pedagang lainnya

3. Bagian luar pasar (*Exterior*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan. Artinya karakteristik eksterior mempunyai pengaruh untuk membuat wisatawan ingin memasuki bagian dalam pasar dan membeli produk.

4. Bagian dalam pasar (*General Interior*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan. Artinya karakteristik penataan bagian dalam pasar berpengaruh terhadap pengambilan keputusan membeli wisatawan di Pasar Seni Sukawati.

5. Secara bersama – sama atau simultan, Bagian luar pasar (*exterior*) dan Bagian dalam (*General Interior*) Pasar Seni Sukawati

berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan di Pasar Seni Sukawati.

## 5.2 Saran

### 1. Pengelola Pasar Seni Sukawati

Disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan bagian luar pasar (*Exterior*), kemudian untuk lebih meningkatkan bagian dalam pasar (*General interior*) seperti pencahayaan, karena banyak dikeluhkan oleh wisatawan yang masuk ke dalam, memperhatikan jalur jalan untuk wisatawan di dalam pasar, supaya bisa nyaman membeli, setelah itu disarankan untuk tidak tarik menarik wisatawan yang datang karena mengakibatkan terhadap ketidaknyamanan mereka, kemudian untuk memperbaiki sirkulasi dan suhu udara, agar wisatawan bisa tenang dalam berbelanja serta bisa berlama-lama di dalam pasar.

### 2. Pemerintah Daerah

Disarankan untuk lebih memperhatikan situs budaya khususnya adalah Pasar Seni Sukawati agar bisa terus terjaga eksistensinya, untuk terus mengamati, membantu dalam peremajaan bangunan. Kemudian diharapkan untuk mampu mempromosikan Pasar Seni Sukawati dengan gencar, agar meningkatkan jumlah kunjungan.

### 3. Masyarakat Desa Sukawati

Diharapkan Masyarakat untuk selalu bangga dengan Pasar Seni Sukawati, untuk ikut peduli, menjaga dan mengamati kondisi dari Pasar Seni Sukawati, selalu turut serta dalam memperkenalkan Pasar Seni Sukawati kepada banyak orang, agar Pasar Seni Sukawati selalu dan bisa lebih terkenal lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Phillip. 2005. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Levy, Mickael, & Barton A. Weitz. 2001. *Retailing Management, Fourth edition*. Richard D. Irwin Inc.
- Pasar Seni Sukawati. 2015. *Data Pasar Seni Sukawati Tahun 2015*. Pasar Seni Sukawati
- Surahmad, Winarno. 1982. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode, Teknik*. Bandung: Transito.
- Suyadarma D, Suryahadi A, Sumarto S. 2007. Pengurangan Pengangguran di Indonesia: *Result from a Growth-Employment Elasticity Model*. SMERU
- World Tourism Organization (WTO), 2010. *The Demand Perspective Basic Concepts and Definitions*. New York: United Nations