

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELANJA WISATAWAN DOMESTIK KE PASAR SENI TRADISIONAL DI KABUPATEN GIANYAR

**I Made Subrata¹
Made Sukarsa²**

Ni Nyoman Yuliarmi³

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua, Bali

^{2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
email : debrat73@yahoo.co.id

Abstract: Factors that Impact Shopping Interests of Domestic Travelers to Traditional Art Market in Gianyar Region. This research was conducted at Sukawati Traditional Art Market; the number of samples taken was 120 domestic tourists who were shopping at the Traditional Market with a sampling technique using accidental sampling. The data analysis technique used was the analysis of Partial Least Square (PLS). The results showed that: 1) there was no effect of indirect product and price on the buying intensions of tourism through satisfaction, 2) the product and price had a positive impact on satisfaction, 3) there was no direct or indirect effect of the education and the number of dependents on the buying intensions tourism over income, 4) the education and the number of dependents had a positive significant impact on income, 5) the product and price had positive effect on the interest of tourist in shopping while the variables of education, number of dependents, satisfaction and income had no significant effect on the buying intensions of tourism.

Keywords: domestic travelers, shopping interests, shopping tourism, traditional art market.

Abstrak: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Wisatawan Domestik ke Pasar Seni Tradisional di Kabupaten Gianyar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat belanja wisatawan domestik ke pasar seni tradisional di Kabupaten Gianyar. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 120 orang wisatawan domestik yang berbelanja dengan teknik pengambilan sampel menggunakan aksidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) tidak ada pengaruh signifikan secara tidak langsung variabel produk dan harga pada minat belanja wisatawan melalui kepuasan, 2) variabel produk dan harga berpengaruh positif pada kepuasan, 3) tidak ada pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung variabel pendidikan dan jumlah tanggungan pada minat belanja wisatawan melalui pendapatan, 4) variabel pendidikan dan jumlah tanggungan berpengaruh positif pada pendapatan, 5) variabel produk dan harga, berpengaruh positif pada minat belanja wisatawan, sedangkan pendidikan, jumlah tanggungan, kepuasan dan pendapatan berpengaruh negatif pada minat belanja wisatawan.

Kata kunci: minat belanja, pasar seni tradisional, wisatawan domestik, wisata belanja

PENDAHULUAN

Pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor utama yang mendorong peningkatan kemampuan ekonomi Indonesia sehingga sektor pariwisata telah dijadikan sektor andalan yang mampu menghasilkan devisa terbesar kedua setelah migas. Perkembangan pembangunan pariwisata mempunyai dampak yang sangat signifikan pada pertumbuhan perekonomian nasional melalui perolehan devisa. Pertumbuhan sektor pariwisata merupakan aset utama dalam pemasukan devisa

negara, pendapatan daerah, dan pendapatan masyarakat dengan munculnya peluang kerja bagi penduduk tempat objek wisata tersebut dikembangkan (Erawan,1994). Pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu dari sembilan sektor pertumbuhan ekonomi sebagai prioritas pembangunan yang keberadaannya sering dikaitkan dengan harapan untuk dapat memberikan dampak positif bagi sektor lainnya. Dampak positif dari sektor pariwisata tersebut antara lain : 1) Penciptaan lapangan kerja, 2) Peningkatan nilai tambah dan aktivitas ekonomi, 3) Pemanfaatan sumber daya nasional yang optimal,

4) Peningkatan penerimaan negara atau daerah melalui pajak dan retribusi (Faizal Noor, 2013). Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan pembangunan ekonomi dimana kegiatan pariwisata menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Pembangunan perekonomian Provinsi Bali selama ini hanya mengandalkan perekonomian dari sektor pariwisata, sedangkan sektor pertanian dan industri hanya sebagai pendukung dalam pembangunan sektor pariwisata. Penekanan pembangunan pada sektor pariwisata telah berhasil mengangkat perekonomian di Bali. Pembangunan sektor pariwisata memberikan kontribusi terbesar bagi pertumbuhan ekonomi dan pendapatan perkapita di daerah Bali. Selain itu pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu dari sembilan sektor pertumbuhan ekonomi sebagai prioritas pembangunan yang berdampak positif bagi sektor lainnya. Dampak positif dari sektor pariwisata antara lain : 1) Penciptaan lapangan kerja, 2) Peningkatan nilai tambah dan aktivitas ekonomi, 3) Pemanfaatan sumber daya nasional yang optimal, 4) Peningkatan penerimaan negara atau daerah melalui pajak dan retribusi (Faizal Noor, 2013). Pariwisata dapat mendorong dan mempercepat pertumbuhan pembangunan ekonomi dimana kegiatan pariwisata menciptakan permintaan (*demand*), baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Bali merupakan salah satu destinasi pariwisata yang sektor pariwisatanya sudah berkembang. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya daya tarik wisata dan fasilitas pendukung pariwisata di Bali. Bali menjadi destinasi pariwisata karena memiliki kebudayaan yang unik dan masih dipertahankan kelestariannya, serta keindahan alam yang beraneka ragam seperti pantai, pegunungan, sungai dan danau yang telah mampu menarik perhatian para wisatawan yang berkunjung. Perkembangan pembangunan pariwisata memberikan dampak yang sangat signifikan bagi pertumbuhan perekonomian masyarakat, salah satu adalah membuka kesempatan kerja, menambah pendapatan masyarakat, mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM), meningkatkan jumlah produk industri kecil dan menengah (IKM). Menurut Mudrajad Kuncoro (2007) bahwa usaha kecil akan menimbulkan dampak positif pada peningkatan jumlah angkatan kerja, pengangguran, jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan

dan pembangunan ekonomi. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Pulau Bali khususnya ke Kabupaten Gianyar pada tahun 2008 sebanyak 470.692 atau sebesar 14,42 persen terus mengalami peningkatan pada tahun 2012 sebanyak 872.384 atau sebesar 26,73 persen (Diparda Kabupaten Gianyar, 2013). Hal ini dikarenakan fasilitas yang dibutuhkan wisatawan memenuhi persyaratan dimana wisatawan menginginkan adanya *something to see, something to do, something to buy* pada saat mengunjungi suatu daya tarik wisata (Pitana, 2005).

Dinas pariwisata Provinsi Bali, Tahun 2013 mengatakan bahwa pengeluaran biaya selama melakukan kunjungan wisata di Bali adalah untuk membeli *souvenir* sebesar 37,3 persen, akomodasi sebesar 29,8 persen, dan konsumsi sebesar 14,0 persen. Wisatawan datang ke Bali selain menikmati keindahan alam juga melakukan kegiatan berbelanja sebagai oleh-oleh. Menurut Pandit (2002) menyebutkan selama melakukan perjalanan, uang yang digunakan salah satunya dicatat untuk keperluan membeli *souvenir*. Pasar seni tradisional merupakan pasar rakyat yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung dan berbelanja *souvenir*, pertumbuhan pasar seni tradisional Sukawati dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat dan pemerintah daerah Kabupaten Gianyar dalam hal meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memberikan kontribusi pendapatan asli daerah melalui tempat parkir dan sewa tempat berjualan (kios-kios).

Eksistensi pasar seni di Bali saat ini, baik pasar seni tradisional maupun pasar seni modern sangat tinggi, ini dapat dilihat dari banyaknya pembangunan pasar seni modern tidak sebanding dengan pengembangan pasar seni tradisional. Banyaknya jumlah pasar oleh-oleh modern ini sangat berpengaruh pada perekonomian para pedagang di pasar oleh-oleh tradisional. Kondisi tersebut tentu saja membuat keberadaan pasar seni tradisional salah satunya adalah pasar seni tradisional di Kabupaten Gianyar merasakan dampak dari banyaknya pembangunan pasar seni modern. Menurut Ayuningsasi (2010) mengatakan bahwa ancaman pada keberadaan pasar tradisional sebagai penggerak perekonomian rakyat dikarenakan kepemilikan pada pasar modern semakin banyak serta belum terakomodirnya kepentingan pasar tradisional. Menurut Bapak Dewa Nyoman Alit seorang pedagang di Pasar Seni Tradisional Sukawati, Bali Post.com tanggal 24 Juli 2013 mengatakan bahwa:

“Para pedagang yang berjualan di Pasar Seni Sukawati mengeluhkan menjamurnya toko oleh-oleh menjadi ancaman pertama bagi para pedagang di pasar seni. Para pedagang tidak dapat berbuat banyak tanpa ada campur tangan pemerintah terutama dalam memberikan perlindungan kebijakan”.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis variabel produk dan harga secara tidak langsung mempengaruhi minat belanja wisatawan melalui kepuasan, 2) menganalisis variabel produk dan harga secara langsung mempengaruhi kepuasan, 3) menganalisis variabel tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan yang secara tidak langsung mempengaruhi minat belanja wisatawan melalui pendapatan, 4) menganalisis variabel tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan keluarga secara langsung mempengaruhi pendapatan, 5) menganalisis variabel produk, harga, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, kepuasan, dan pendapatan secara langsung mempengaruhi minat belanja wisatawan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Data Penelitian

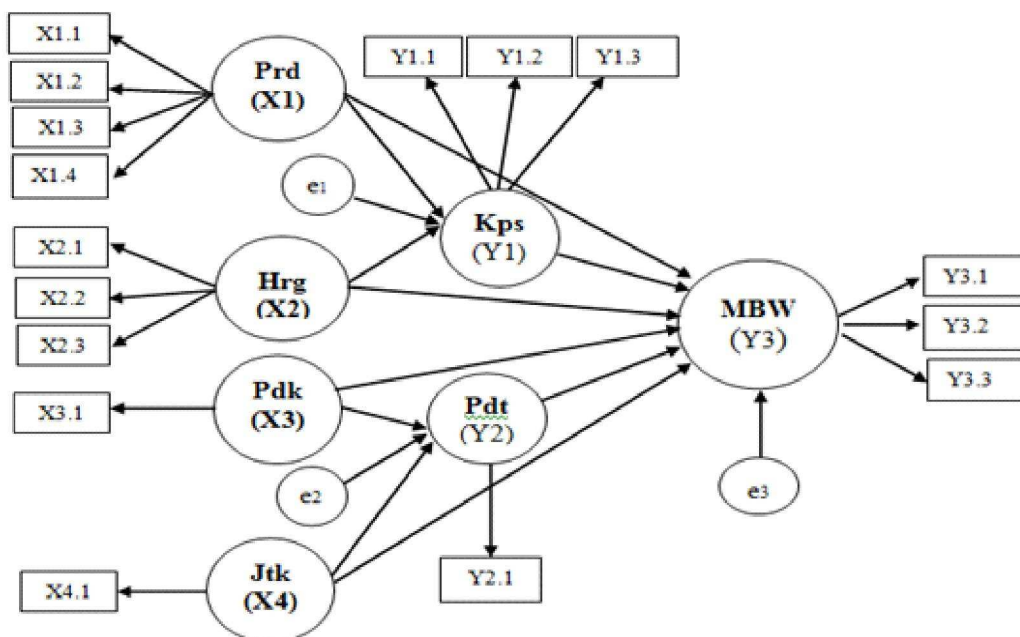
Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan rancangan penelitian kuantitatif, dimana pengukurannya berdasarkan tingkat eksplanasi yaitu menggunakan penelitian komparatif dan penelitian asosiatif. Jenis data yang

dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada responden yang berupa pertanyaan secara tertulis untuk mendapatkan data yang diproses.

Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran pada obyek yang diteliti melalui data primer berupa sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2010). Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS) menurut Wold dalam Ghazali (2008) yaitu untuk memkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidak hubungan antara variabel laten. Sebelum menganalisis terlebih dahulu dilakukan evaluasi pada model empiris penelitian pada Gambar 1.

Untuk menghasilkan suatu model yang layak (*fit*), penelitian ini menggunakan pendekatan *variance based* atau *component based* dengan *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi *Software SmartPLS* versi 2.0.M3. Dalam *model structural* untuk mengetahui hubungan antara variabel laten disebut *inner model*, sedangkan model pengukuran bersifat refleksif atau formatif disebut *outer model*.



Gambar 1
Model Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Evaluasi pada *Outer Model (Measurement Model)***

Untuk mengevaluasi *goodness of fit* dari *outer model (measurement model)*, ada tiga hal yang harus diperhatikan adalah nilai *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

Perhitungan *convergent validity* bertujuan untuk mengetahui item-item instrumen yang dapat digunakan sebagai indikator dari seluruh variabel laten. Hasil uji *convergent validity* diukur berdasarkan besarnya nilai *loading faktor (outer loading)* dari indikator konstruk. Hasil pengujian *convergent validity* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Pengujian Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Keterangan
X1	X1.1	0,7296	Valid
	X1.2	0,6366	Valid
	X1.3	0,7954	Valid
	X1.4	0,8088	Valid
X2	X2.1	0,7242	Valid
	X2.2	0,7948	Valid
	X2.3	0,8216	Valid
X3	X3.1	0,9999	Valid
X4	X4.1	0,9999	Valid
Y1	Y1.1	0,8310	Valid
	Y1.2	0,8384	Valid
	Y1.3	0,7547	Valid
Y2	Y2.1	0,9999	Valid
	Y3.1	0,6615	Valid
Y3	Y3.2	0,8863	Valid
	Y3.3	0,6949	Valid

Sumber: data primer diolah, 2015

Hasil pengujian pada Tabel 1 menunjukkan bahwa semua *outer loading* indikator konstruk memiliki nilai di atas 0,50. Ini berarti bahwa pengukuran dari variabel indikator sudah memenuhi persyaratan validitas konvergen. Selain menguji *convergent validity* juga dilakukan pengujian validitas diskriminan (*discriminant validity*). Metode pengujian validitas diskriminan adalah membandingkan

nilai *square root of average variance extracted (AVE)* setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam model. Jika nilai pengukuran metode tersebut lebih baik dibandingkan dengan nilai konstruk lainnya dalam model, maka dapat disimpulkan bahwa konstruk tersebut memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Hasil *average variance extracted (AVE)* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE	Keterangan
Produk	0.7457	Valid
Harga	0.7813	Valid
Pendidikan	0.9990	Valid
Jumlah Tanggungan	0.9990	Valid
Kepuasan	0.8089	Valid
Pendapatan	0.9990	Valid
Minat Belanja Wisatawan	0.7541	Valid

Sumber: data primer diolah, 2015

Hasil pengujian pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua akar *average variance extracted* (AVE) pada variabel penelitian memiliki nilai yang terkecil adalah 0.7457 pada variabel produk. Nilai

average variance extracted (AVE) dibandingkan dengan nilai dari pada korelasi antara konstruk dalam perhitungan Tabel 3.

Tabel 3
Latent Variable Correlations

	Harga	Jml. Tanggungan	Kepuasan	Minat Belanja Wisatawan	Pendapatan	Pendidikan	Produk
Harga	1						
Jml. Tanggungan	0.1067	1					
Kepuasan	0.4683	0.1464	1				
Minat Belanja Wisatawan	0.3469	-0.0728	0.4037	1			
Pendapatan	0.1054	0.2296	-0.0809	-0.0390	1		
Pendidikan	0.0937	0.0914	0.0534	0.1158	0,2289	1	
Produk	0.3122	0.0790	0.5740	0.4490	-0.0099	0.0933	1

Sumber: data primer diolah, 2015

Hasil pengujian pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *latent variable correlations* terbesar adalah 0.5740. Ternyata dari sebaran nilai akar AVE yang menyatakan nilai terkecil dari akar AVE yaitu pada variabel produk adalah 0.7457, masih lebih besar dari sebaran nilai korelasi antar variabel yang dapat dilihat pada hubungan korelasi variabel produk dan kepuasan, sehingga di nyatakan item pengukuran variabel *laten reflective* adalah *Valid discriminant*.

Untuk mencari *outer model* dilakukan pengujian *outer model* adalah dengan melakukan pengujian reliabilitas pada *composite reliability* dan *croanbanch's alpha*. Pengujian *composite reliability* bertujuan untuk menguji reliabilitas instrument dalam suatu model penelitian yang secara khusus untuk *indicator refleksif*. Hasil pengujian *composite reliability* dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4
Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
X1	0.832515	Reliabel
X2	0.824228	Reliabel
X3	0.99990	Reliabel
X4	0.99990	Reliabel
Y1	0.850053	Reliabel
Y2	0.99990	Reliabel
Y3	0.795393	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 4 dijelaskan bahwa hasil pengujian *composite reliability* menunjukkan nilai sangat memuaskan dimana semua variabel laten telah reliabel karena memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70. Hal ini berarti bahwa seluruh indikator memang menjadi pengukur konstruk masing-masing. Selain *composite reliability* hal lain yang dapat dipertimbangan dalam menguji reliabilitas adalah nilai *croanbach's alpha*. Hasil

pengujian data menunjukkan bahwa semua variabel laten seperti produk, harga, jumlah tanggungan, pendidikan, kepuasan, pendapatan, dan minat belanja wisatawan memiliki nilai koefisien *croanbach's alpha* di atas 0,70. Hal ini berarti semua variabel tersebut reliabel untuk dapat dianalisis lebih lanjut tanpa mereduksi item-item pernyataan yang ada seperti yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5
Cronbach's Alpha

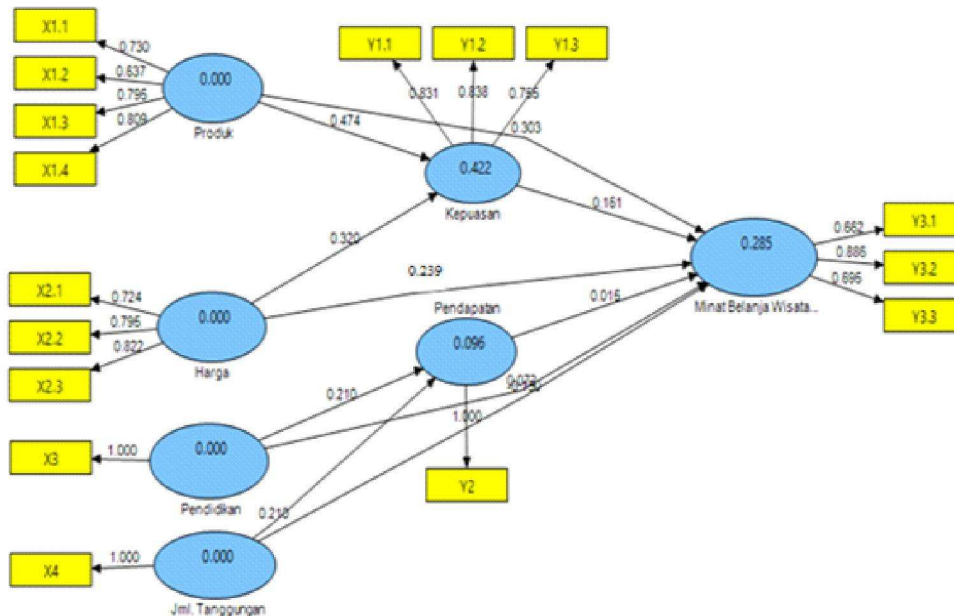
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,725	Reliabel
X2	0,753	Reliabel
X3	0,999	Reliabel
X4	0,999	Reliabel
Y1	0,783	Reliabel
Y2	0,999	Reliabel
Y3	0,863	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2015

Evaluasi pada Inner Model (Structural Model)

Model struktural dengan pengujian *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi *Software*

SmartPLS versi 2.0.M3 untuk mencari hasil *output* grafik *SmartPLS* ditunjukkan pada hasil dari algoritma dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2
Pengujian Partial Least Square (PLS)

Pengujian pada model struktural dapat dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji *goodness fit model*. Model pengujian R-square dapat dilihat pada Tabel 6

Tabel 6
Nilai R-Square Variabel Endogen

Variabel Endogen	R-Square
Kepuasan (Y1)	0,4222
Pendapatan (Y2)	0,2850
Minat Belanja Wisatawan (Y3)	0,0964

Sumber: data primer diolah, 2015

Untuk mengetahui nilai *predictive-relevance* diperoleh dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2) \dots (1 - Rp^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,4222)(1 - 0,2850)(1 - 0,0964)$$

$$Q^2 = 0.627$$

Hasil perhitungan memperlihatkan nilai *predictive-relevance* sebesar 0,627 (> 0). Hal ini berarti bahwa 62,7 persen dijelaskan oleh variabel kepuasan, pendapatan, dan minat belanja wisatawan. Sedangkan 37,3 persen sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar model yang diteliti. Dengan demikian, model dikatakan layak memiliki nilai prediktif relevan. Uji yang kedua adalah melihat signifikansi pengaruh variabel laten eksogen pada variabel endogen dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikan t-statistik. Dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Pengujian Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	Keterangan
Harga -> Kepuasan	0.320	0.319	0.075	0.075	4.242	Signifikan
Harga -> Minat Belanja Wisatawan	0.239	0.240	0.121	0.121	1.982	Signifikan
Jml. Tanggungan -> Minat Belanja Wisatawan	-0.147	-0.132	0.097	0.097	1.512	Tidak Signifikan
Jml. Tanggungan -> Pendapatan	0.210	0.220	0.126	0.126	1.978	Signifikan
Kepuasan -> Minat Belanja Wisatawan	0.161	0.132	0.106	0.106	1.520	Tidak Signifikan
Pendapatan -> Minat Belanja Wisatawan	0.015	0.015	0.110	0.110	0.136	Tidak Signifikan
Pendidikan -> Minat Belanja Wisatawan	0.072	0.060	0.094	0.094	0.759	Tidak Signifikan
Pendidikan -> Pendapatan	0.210	0.212	0.060	0.060	3.514	Signifikan
Produk -> Kepuasan	0.474	0.480	0.078	0.078	6.060	Signifikan
Produk -> Minat Belanja Wisatawan	0.303	0.328	0.126	0.126	2.403	Signifikan

Sumber: data diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan hasil pengujian *Path Coefficients* dengan menggunakan *partial least square* (PLS) menunjukkan bahwa terdapat enam hubungan antar variabel berpengaruh signifikan yaitu harga pada kepuasan, harga pada minat belanja wisatawan, jumlah tanggungan pada pendapatan, pendidikan pada pendapatan, produk pada kepuasan, dan produk pada minat belanja

wisatawan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel (1,96), dan empat hubungan variabel yang dinyatakan tidak signifikan yaitu kepuasan pada minat belanja, jumlah tanggungan pada minat belanja, pendapatan pada minat belanja, dan pendidikan pada minat belanja. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa t-hitung lebih kecil dari t-tabel (1,96).

Pengaruh Variabel Produk dan Harga secara Tidak Langsung pada Minat Belanja Wisatawan Domestik melalui Kepuasan

Pengujian hipotesis dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) menghasilkan koefisien jalur pengaruh variabel produk dan harga secara tidak langsung pada minat belanja wisatawan melalui kepuasan. Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan secara tidak langsung variabel produk dan harga pada minat belanja wisatawan melalui kepuasan. Hal ini berarti bahwa produk yang ditawarkan berragam/banyak variasi, berkualitas, model/rancangan menarik, dan merek bervariasi, maka produk dapat meningkatkan minat belanja wisatawan tidak melalui kepuasan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa hasil penelitian yang terdahulu, sedangkan harga yang ditawarkan sesuai daya beli/terjangkau, harga lebih murah, dan harga sesuai dengan kualitas, maka harga dapat meningkatkan minat belanja wisatawan tidak melalui kepuasan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa hasil penelitian yang terdahulu. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fure (2013), Nitisusastro (2012), Dwipayani (2013), Amanda (2010) yang menyebutkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif pada minat belanja wisatawan.

Pengaruh Variabel Produk dan Harga secara Langsung pada Kepuasan

Hasil analisis menyimpulkan bahwa produk dan harga berpengaruh positif pada kepuasan. Hal ini berarti bahwa produk yang berkualitas, produk berragam/banyak variasi, model/rancangan sangat menarik, dan merek/brand bervariasi, maka kepuasan wisatawan pada produk yang diinginkan meningkat. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa hasil penelitian yang terdahulu menurut penelitian yang dilakukan oleh Nastiti dan Martoatmodja (2007), Ghanimata (2012) menyebutkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada peningkatan kepuasan konsumen, sedangkan harga yang tawarkan sesuai dengan daya beli, harga yang ditawarkan lebih murah, dan kualitas produk sesuai harga, maka kepuasan pada harga produk meningkat. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa hasil penelitian yang terdahulu menurut penelitian yang dilakukan oleh Raf (2012), Shaharudin (2011), menyebutkan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan pada peningkatan kepuasan konsumen.

Pengaruh Variabel Tingkat Pendidikan dan Jumlah Tanggungan secara Tidak Langsung pada Minat Belanja Wisatawan melalui Pendapatan

Hasil analisis menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung variabel tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan pada minat belanja wisatawan melalui pendapatan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, maka tingkat pendapatan bertambah sedangkan minat berbelanja menurun. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi penelitian yang terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Soeyono (2013) menyebutkan bahwa pendidikan tidak berpengaruh signifikan pada frekuensi belanja konsumen, sedangkan jumlah tanggungan keluarga bertambah, maka tingkat pendapatan bertambah tidak menentukan minat belanja wisatawan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa hasil penelitian yang terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Salim (2008), Zulmi (2011) menyebutkan bahwa pendidikan dan jumlah tanggungan tidak berpengaruh signifikan pada minat belanja konsumen.

Pengaruh Variabel Tingkat Pendidikan dan Jumlah Tanggungan secara Langsung pada Pendapatan

Dari hasil analisis disimpulkan bahwa tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan berpengaruh positif pada tingkat pendapatan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, maka pendapatan juga meningkat, menurut Todaro (2000) menyatakan bahwa pengaruh dari pendidikan formal pada distribusi pendapatan adalah adanya korelasi positif antara pendidikan seseorang dengan penghasilan yang akan diperolehnya, sedangkan jumlah tanggungan bertambah dalam keluarga, maka pendapatan juga meningkat. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa hasil penelitian yang terdahulu menurut penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2005), Fadila (2009), Wijaya (2013), Dewi (2012) yang menyebutkan bahwa tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan berpengaruh pada tingkat pendapatan dengan signifikansi yang cukup tinggi.

Pengaruh Variabel Produk, Harga, Tingkat Pendidikan, Jumlah Tanggungan, Kepuasan, dan Pendapatan pada Minat Belanja Wisatawan

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa produk dan harga berpengaruh pada minat belanja wisatawan. Artinya bahwa produk yang berragam/bervariasi, berkualitas, model/rancangan menarik,

dan merek/brand produk bervariasi, maka meningkatkan minat wisatawan berbelanja. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ghanimata, Kamal (2012), Raf (2012) menyebutkan bahwa produk berpengaruh positif pada keputusan pembelian, sedangkan harga yang ditawarkan sesuai daya beli/terjangkau, lebih murah, dan sesuai dengan kualitas, maka minat wisatawan untuk membeli produk meningkatkan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa hasil penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Purnama dan Yasa (2013), Mahmoudi dan Chizari (2013), Baedowi dan Lataruva (2012) yang menyebutkan bahwa kualitas barang dan harga berpengaruh positif pada keputusan wisatawan domestik untuk berbelanja, sedangkan pendidikan, jumlah tanggungan, kepuasan dan pendapatan tidak berpengaruh pada minat belanja wisatawan. Artinya semakin tingkat pendidikan, semakin banyak jumlah tanggungan dalam keluarga, semakin tinggi pendapatan, dan kepuasan pada produk meningkat, maka tidak menentukan minat belanja wisatawan. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi beberapa hasil penelitian terdahulu seperti menurut penelitian yang dilakukan oleh Soeyono (2013) menyebutkan bahwa pendidikan dan jumlah tanggungan tidak berpengaruh signifikan pada frekuensi belanja konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat belanja wisatawan domestik ke pasar seni tradisional di Kabupaten Gianyar, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, tidak ada pengaruh signifikan secara tidak langsung variabel produk dan harga pada minat belanja wisatawan melalui kepuasan. Hal ini berarti bahwa produk yang ditawarkan bervariasi, berkualitas, dan model yang menarik tidak meningkatkan minat belanja wisatawan melalui kepuasan. Sedangkan harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli/terjangkau, harga lebih murah tidak meningkatkan minat belanja wisatawan melalui kepuasan. Kedua, variabel produk dan harga berpengaruh positif pada kepuasan. Hal ini berarti bahwa produk dengan kualitas yang baik, bervariasi, dan model/rancangan bagus, maka kepuasan wisatawan pada produk yang diinginkan meningkat. Sedangkan harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli, relatif murah, dan

kualitas barang baik, maka harga yang ditawarkan memberikan kepuasan kepada wisatawan. Ketiga, tidak ada pengaruh signifikan secara langsung maupun tidak langsung variabel tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan pada minat belanja wisatawan melalui pendapatan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, dan jumlah tanggungan keluarga bertambah, maka minat belanja wisatawan tidak ditentukan melalui pendapatan. Keempat, variabel tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan berpengaruh positif pada pendapatan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, dan jumlah tanggungan dalam keluarga bertambah, maka pendapatan yang diperoleh meningkat. Kelima, variabel produk dan harga berpengaruh secara langsung pada minat belanja. Sedangkan variabel tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, kepuasan, dan pendapatan tidak berpengaruh pada minat belanja wisatawan. Hal ini berarti bahwa produk yang beragam/bervariasi, berkualitas, model yang baik, dan merek/brand produk lebih banyak, maka meningkatkan minat wisatawan berbelanja wisatawan. Dan harga yang ditawarkan sesuai daya beli/terjangkau, lebih murah, dan sesuai dengan kualitas, maka dapat meningkatkan minat belanja wisatawan. Sedangkan Jumlah tanggungan dalam keluarga bertambah, semakin tinggi tingkat pendidikan, pendapatan juga meningkat, dan kepuasan pada produk meningkat, maka tidak menentukan minat belanja wisatawan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka dapat disarankan kepada pemerintah Kabupaten Gianyar sebagai pengelola pasar seni dapat meningkatkan sarana dan prasarana yang menjadi keluhan bagi para pengunjung seperti: tempat parkir yang kurang memadai, kebersihan pasar perlu ditingkatkan, belum tersedianya tempat istirahat, kebersihan *toilet* perlu dijaga, belum tersedianya ATM, penertiban pedagang acung, kurangnya penataan pedagang makanan, perlu adanya keamanan pasar, dan perlu adanya renovasi 'gedung pasar dalam menghadapi persaingan dengan pasar seni lainnya, dan untuk para pedagang perlu diberikan sosialisasi dalam bentuk kegiatan pembinaan pedagang seperti memberikan pelayanan yang baik, tetap menjaga kualitas produk, harga, menjaga kerapian dan tata letak produk yang baik.

REFERENSI

- Adi Wijaya. 2013. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Jam Kerja, Dan Jumlah Tanggungan Keluarga Pada Pendapatan Ibu Rumah Tangga Yang Bekerja Pada Sektor Informal Di Kelurahan Dauh Puri Kauh Kecamatan Denpasar Barat. *Skripsi*. Universitas Udayana.
- Chizari, Amir H. Dr. 2013. Price Relationship Between Commodity Exchange Market and Traditional Market in Iran: Studi of Maize and Barley. *Journal of American Business Review, Cambridge*. Vol.1.Num. 2 Summer 2013. University of Tehran.Iran. Diakses tanggal. 5 Mei 2014 *Report Information from Proquest*
- Erawan, Nyoman. 1994. *Pariwisata dan Pembangunan Ekonomi* (Bali sebagai kasus). Denpasar : Upada Sastra.
- Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square* Retrieved. From <http://search.proquest.com/docview/151563485>.
- Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal. 2012. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Pada Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. Volume 1. Nomor.2 Tahun 2012. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Fure, H. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Pada Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA* Volume. 1 No. 3 September 2013, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Shaharudin , M.R.. 2011. The Relationship between Product Quality and Purchase Intention: The Case of Malaysia's National Motorcycle/ Scooter Manufacturer. *African Journal of Business Management* 5 (20):8163-8176
- Purnama, S. dan Yasa, M. 2013. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Domestik Berbelanja di Pasar Oleh-oleh Modern (Studi Kasus di Kota Denpasar), *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* .Volume. 2, No.5, Halaman 244-253.