

ABSTRAK

Pasar Seni Sukawati merupakan pasar tradisional yang menjual banyak jenis barang kerajinan seni, setiap tahun Bali mendapat pemasukan dari sektor pariwisata dimana wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung pasti akan membeli oleh-oleh sebagai buah tangan untuk dibawa pulang. Saat ini Pasar Seni Sukawati mendapat persaingan dari pusat oleh-oleh modern yang memberikan kemudahan kepada para wisatawan yang mungkin saja dalam beberapa tahun kedepan, Pasar Seni Sukawati mengalami penurunan pengunjung dan omset yang didapatkan penjual karena kalah bersaing, oleh karena itu menentukan strategi yang digunakan pengelola sangat penting dilakukan, seperti bauran pemasaran ritel. Foster menjelaskan bahwa bauran ritel merupakan unsur-unsur strategis untuk mendorong minat konsumen sehingga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku pembeli dan keputusan pembelian konsumen. Untuk itulah penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel (Retailing Mix) Terhadap Proses Keputusan Pembelian Barang Kerajinan Di Kawasan Pasar Seni Sukawati Gianyar”**.

Masalah yang ingin diteliti penulis adalah seberapa besar pengaruh Bauran Pemasaran Ritel yang melandasi wisatawan untuk berkunjung ke Pasar Seni Sukawati dan melakukan proses keputusan pembelian barang kerajinan seni di sana. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif kausal, populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung dan membeli barang-barang kerajinan pada Pasar Seni Sukawati, dan menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling*.

Dari hasil penelitian ini, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 10.248 dan t_{tabel} sebesar 1,984. Maka $t_{hitung} (10.248) > t_{tabel} (1,984)$ keputusannya adalah H_1 ditolak, dan H_0 diterima. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,517 atau 51,7%.

Penulis menyarankan, untuk membenahi beberapa variabel bauran pemasaran ritel seperti variabel lokasi, promosi, atmosfer, dan pelayanan ritel agar semakin baik, wisatawan yang berkunjung semakin meningkat dan membuat wisatawan melakukan pembelian ulang di sana. Sehingga Pasar Seni Sukawati mampu bersaing dengan pasar oleh-oleh modern.

Kata Kunci : *Retailing Mix*, Proses Keputusan Pembelian.