

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Pasar Terapung Lok Baintan merupakan pasar tradisional yang terletak di Desa Lok Baintan, Kecamatan Sungai Tabuk, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Pasar ini berada di sepanjang Sungai Martapura yang sejak lama menjadi pusat aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat setempat. Keberadaan pasar terapung ini mencerminkan identitas budaya masyarakat Banjar yang sangat bergantung pada sungai dalam kehidupan sehari-hari.

Aktivitas jual beli di Pasar Terapung Lok Baintan dilakukan di atas perahu tradisional atau jukung. Para pedagang, yang sebagian besar merupakan masyarakat lokal, menjual berbagai hasil pertanian, makanan tradisional, serta produk lokal lainnya. Proses transaksi berlangsung secara sederhana dan langsung, sehingga mencerminkan nilai kebersamaan, kejujuran, dan kearifan lokal yang masih terjaga.

Selain berfungsi sebagai tempat kegiatan ekonomi, Pasar Terapung Lok Baintan juga memiliki nilai budaya yang tinggi. Tradisi berdagang di atas perahu, penggunaan bahasa daerah, serta interaksi sosial antar pedagang dan pembeli menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Oleh karena itu, Pasar Terapung Lok Baintan dipilih sebagai lokasi penelitian. Karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis pengaruh budaya dan kearifan lokal terhadap kunjungan pasar terapung.

2. Karakteristik responden

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung Pasar Terapung Lok Baintan jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Responden dipilih untuk mewakili pengunjung yang pernah datang ke Pasar Terapung Lok Baintan.

Karakteristik responden yang diamati meliputi usia, jenis kelamin, domisili, serta frekuensi kunjungan ke Pasar Terapung Lok Baintan. Data karakteristik ini digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai responden serta mendukung analisis pengaruh budaya dan kearifan lokal terhadap kunjungan pasar terapung. Hasil pengolahan data karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut.

a. Usia

Tabel 4.1

Responden berdasarkan Usia

Umur (Tahun)	Frekuensi	Persen (%)
15-25	72	72%
26-35	14	14%
36-45	5	5%
46-55	8	8%
56-65	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah 2025

Data tersebut menggambarkan karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan usia sebagaimana disajikan pada tabel di atas. Berdasarkan hasil pengolahan data, mayoritas responden berada pada rentang usia 15–25 tahun dengan jumlah 72 orang atau sebesar 72%. Selanjutnya, responden berusia 26–35 tahun berjumlah 14 orang atau 14%. Responden pada kelompok usia 36–45 tahun tercatat

sebanyak 5 orang atau 5%, sedangkan kelompok usia 46–55 tahun berjumlah 8 orang atau 8%. Adapun responden berusia 56–65 tahun merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu 1 orang atau sebesar 1%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 15–25 tahun.

b. Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen (%)
Laki-Laki	27	27%
Perempuan	73	73%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data responden menurut jenis kelamin, dapat diketahui bahwa responden perempuan memiliki jumlah yang lebih dominan dibandingkan responden laki-laki. Dari total responden, sebanyak 73% merupakan perempuan, sedangkan 27% lainnya adalah laki-laki. Kondisi ini menunjukkan bahwa kunjungan ke Pasar Terapung Lok Baintan dalam penelitian ini lebih banyak dilakukan oleh responden perempuan.

c. Domisili

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi	Persen (%)
Luar Kota Banjarmasin	79	79%
Luar Provinsi Kalimantan Selatan	21	21%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah 2025

Berdasarkan karakteristik responden dilihat dari domisili, sebagian besar responden berasal dari luar Kota Banjarmasin dengan persentase sebesar 79%. Sementara itu, responden yang berdomisili di luar Provinsi Kalimantan Selatan tercatat sebesar 21%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa Pasar Terapung Lok Baintan memiliki daya tarik yang mampu menarik kunjungan dari berbagai wilayah di luar daerah setempat.

d. Frekuensi Kunjungan

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Frekuensi	Persen (%)
1 kali	68	68%
2-3 kali	26	26%
> 3 kali	6	6%
Total	100	100%

Sumber : Data Diolah 2025

Berdasarkan tabel distribusi responden menurut frekuensi kunjungan, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden melakukan kunjungan ke Pasar Terapung Lok Baintan sebanyak satu kali, yaitu sebesar 68%. Selanjutnya, responden yang

berkunjung sebanyak dua hingga tiga kali tercatat sebesar 26%. Sementara itu, responden yang telah melakukan kunjungan lebih dari tiga kali memiliki persentase paling kecil, yaitu sebesar 6%. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung merupakan pengunjung baru, meskipun terdapat sebagian responden yang telah melakukan kunjungan berulang.

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap variabel Budaya, Kearifan Lokal, dan Kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan. Penilaian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung masing-masing item pernyataan dengan nilai r tabel pada tingkat signifikansi (α) sebesar 5%. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, sehingga derajat kebebasan (df) ditentukan dengan rumus $n - 2$, yaitu $100 - 2 = 98$.

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1966. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel (0,1966), sedangkan apabila nilai r hitung \leq r tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangann
Budaya (X1)	1	0,566	0,1966	Valid
	2	0,439	0,1966	Valid
	3	0,643	0,1966	Valid
	4	0,599	0,1966	Valid
	5	0,456	0,1966	Valid
	6	0,606	0,1966	Valid
	7	0,660	0,1966	Valid
Kearifan Lokal (X2)	1	0,600	0,1966	Valid
	2	0,375	0,1966	Valid
	3	0,577	0,1966	Valid
	4	0,645	0,1966	Valid
	5	0,601	0,1966	Valid
	6	0,620	0,1966	Valid
	7	0,591	0,1966	Valid
Kunjungan (Y)	1	0,596	0,1966	Valid
	2	0,384	0,1966	Valid
	3	0,518	0,1966	Valid
	4	0,628	0,1966	Valid
	5	0,459	0,1966	Valid
	6	0,743	0,1966	Valid
	7	0,620	0,1966	Valid

Sumber: Data Diolah 2025

Apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid, karena mampu mengukur variabel yang diteliti dengan baik. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid dan tidak layak digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Item pernyataan yang telah dinyatakan valid selanjutnya diuji tingkat reliabilitasnya. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian, khususnya kuesioner, dalam mengukur variabel budaya, kearifan lokal, dan

kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan. pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan batas minimal nilai sebesar 0,60. Instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.6

Hasil Uji Realiabilitas

Variabel	Cronbach's Alpa	Nilai Batasan	Keterangan
Budaya (X ₁)	0,649	0,6	Reliabel
Kearifan lokal (X ₂)	0,662	0,6	Reliabel
Kunjungan (Y)	0,648	0,6	Reliabel

Sumber : Data Diolah 2025

Hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum yang ditetapkan, yaitu 0,60. Variabel Budaya (X₁) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,649, yang menunjukkan bahwa instrumen pada variabel tersebut dinyatakan reliabel. Selanjutnya, variabel Kearifan Lokal (X₂) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,662, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel ini juga reliabel. Sementara itu, variabel Kunjungan (Y) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,648, yang berarti instrumen pengukuran pada variabel tersebut layak dan dapat diandalkan. dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4. Penyajian Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap setiap pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Variabel yang dianalisis meliputi budaya, kearifan lokal, dan kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan.

Pengukuran dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-4 yang menunjukkan tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

a. Variabel Budaya

Berikut tanggapan respondend terhadap variabel Budaya (X_1) Yang terdiri dari 7 (tujuh) pertanyaan yaitu :

- 1) Saya merasa keberadaan nilai budaya lokal Pasar Terapung Lok Baintan membuat pasar ini unik dibandingkan destinasi lain.
- 2) Saya merasa norma sosial masyarakat setempat memengaruhi keputusan saya untuk berkunjung.
- 3) Saya merasa penggunaan Bahasa banjar, simbol lokal seperti pakaian adat tanggui dan baju kurung menunjukkan identitas budaya yang tetap selaras dengan nilai kesopanan dalam Islam.
- 4) Saya merasa tradisi berpantun di pasar terapung lok baintan menjadi hal yang menarik dari destinasi lainnya.
- 5) Saya merasa artefak budaya seperti jukung, pakaian tradisional, dan peralatan dagang mencerminkan kekhasan budaya Banjar.
- 6) Saya merasa artefak budaya budaya seperti perahu jukung dan alat dagang tradisional menunjukkan bahwa budaya banjar masih dilestarikan hingga sekarang
- 7) Saya merasa keberadaan budaya lokal di Pasar Terapung Lok Baintan memberikan pengalaman berkunjung yang lebih bermakna.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Budaya (X₁)

No.Item	STS		TS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0%	1	1%	46	46%	53	53%
X1.2	0	0%	8	8%	64	64%	28	28%
X1.3	0	0%	5	5%	42	42%	53	53%
X1.4	0	0%	5	5%	39	39%	56	56%
X1.5	0	0%	1	1%	42	42%	57	57%
X1.6	0	0%	1	1%	49	49%	50	50%
X1.7	0	0%	2	2%	53	53%	45	45%

Sumber : Data Diolah 2025

b. Variabel Kearifan Lokal

Berikut adalah respon responden terhadap variabel Kearifan Lokal (X₂) Yang terdiri dari 7 (tujuh) Pernyataan, yaitu :

- 1) Tradisi yang ada di Pasar Terapung Lok Baintan menjadi daya tarik tersendiri dari destinasi lainnya.
- 2) Saya merasa kerja sama yang dilakukan masyarakat dan pedagang membuat pasar terapung hidup dan berkembang.
- 3) Saya merasa partisipasi masyarakat membantu menjaga keberlangsungan Pasar Terapung Lok Baintan sehingga tetap berjalan, berkembang dan memberikan kebermanfaatan bersama sesuai dengan ajaran Islam.
- 4) Saya merasa kearifan lokal Pasar Terapung Lok Baintan dapat terlihat dari cara pedagang dan pembeli ketika bertransaksi (adanya pernyataan jual dan tukar).
- 5) Saya sebagai masyarakat mendukung pelestarian kearifan lokal Pasar Terapung Lok Baintan sebagai bagian dari identitas budaya banjar.

- 6) Saya merasa masyarakat setempat sangat berperan dalam melestarikan tradisi dan kegiatan pasar terapung agar tetap menjadi identitas budaya banjar.
- 7) Saya merasa pola hidup sederhana dan saling membantu di Pasar Terapung Lok Baintan mencerminkan kearifan lokal masyarakat banjar.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kearifan Lokal (X₂)

No.Item	STS		TS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0%	1	1%	53	53%	46	46%
X2.2	0	0%	1	1%	69	69%	30	30%
X2.3	0	0%	5	5%	62	62%	33	33%
X2.4	0	0%	1	1%	42	42%	57	57%
X2.5	0	0%	3	3%	39	39%	58	58%
X2.6	0	0%	1	1%	54	54%	45	45%
X2.7	0	0%	1	1%	53	53%	46	46%

Sumber : Data Diolah 2025

c. Variabel Kunjungan

Berikut adalah respon responden terhadap variabel Kunjungan (Y) Yang terdiri dari 7 (tujuh) Pernyataan, yaitu :

- 1) Saya merasa akses transportasi menuju Pasar Terapung Lok Baintan mudah di jangkau.
- 2) Pasar Terapung Lok Baintan memiliki daya tarik wisata yang sesuai dengan harapan saya sebagai pengunjung yang mengutamakan nilai budaya dan kesederhanaan sesuai ajaran Islam.
- 3) Keunikan budaya dan kegiatan pedagang di Pasar Terapung Lok baintan membuat kunjungan saya menjadi lebih berkesan.
- 4) Saya merasa aktivitas rekreasi yang ditawarkan ketika saya berkunjung

memberikan pengalaman yang berkesan yang menjadikan alasan saya untuk berkunjung.

- 5) Pengalaman berbelanja di atas perahu menjadi daya tarik utama kunjungan saya.
- 6) Saya melihat keberagaman pedagang dengan kepribadian dan cara interaksi yang berbeda menjadi salah satu alasan saya berkunjung.
- 7) Saya melihat jumlah pedagang yang banyak membuat suasana pasar terapung tetap ramai dan menyenangkan untuk di kunjungi.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kunjungan (Y)

No.Item	STS		TS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	0	0%	10	10%	49	49%	41	41%
Y2	0	0%	3	3%	69	69%	28	28%
Y3	0	0%	1	1%	60	60%	39	39%
Y4	0	0%	4	4%	57	57%	39	39%
Y5	0	0%	2	2%	55	55%	43	43%
Y6	0	0%	4	4%	54	54%	42	42%
Y7	0	0%	3	3%	37	37%	60	60%

Sumber : Data Diolah 2025

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Apabila residual berdistribusi normal, maka model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi yang diperlukan. Oleh karena itu, pengujian normalitas dilakukan terhadap residual dari seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk melihat pola penyebaran data pada

variabel yang diteliti. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data adalah uji Kolmogorov–Smirnov, yang bertujuan untuk menilai apakah data residual berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1,53573592
Most Extreme Differences	Absolute	0,081
	Positive	0,052
	Negative	-0,081
Test Statistic		0,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,099 ^c

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil uji normalitas menunjukkan jika nilai signifikan (Asymp. The Sig (2-tailed)) melebihi 0,05 maka dapat berdistribusi normal. Dari tabel ini nilai Asymp Sig ialah 0,099 yang artinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel bebas dalam model regresi. Gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai VIF lebih dari 10, maka model regresi dinyatakan mengalami multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF kurang dari atau sama dengan 10, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami multikolinearitas.

Tabel 4.11**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
C	.	.
Budaya	0,655	1,527
Kearifan Lokal	0,655	1,527

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai VIF untuk variabel budaya dan kearifan lokal masing-masing sebesar 1,527, yang berada di bawah batas 10. Selain itu, nilai tolerance sebesar 0,655 yang lebih besar dari 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varians residual antar pengamatan. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas, yaitu ketika varians residual bersifat konstan. Apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residual lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini disajikan pada Tabel di bawah :

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

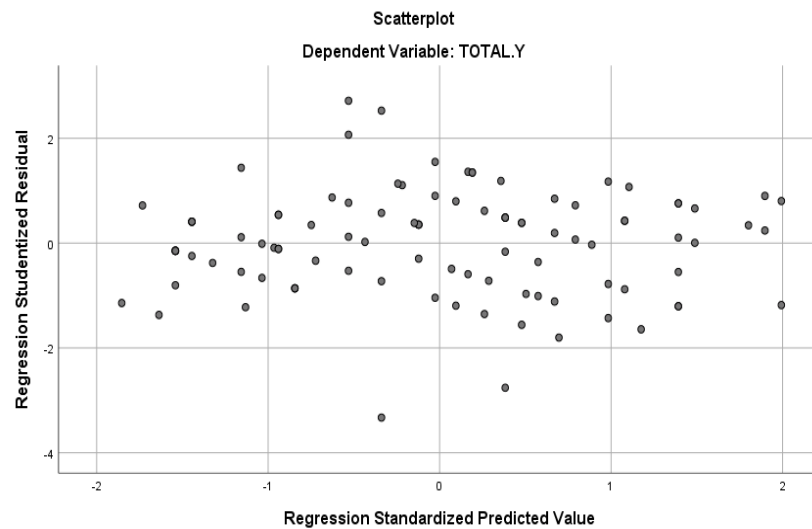
Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	4,539	1,97		2,304	0,023	
TOTAL.X1	0,151	0,088	0,15	1,717	0,089	
TOTAL.X2	0,644	0,091	0,617	7,042	0,000	

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode signifikansi, diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel budaya (X_1) sebesar 0,089, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel budaya tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Sementara itu, nilai signifikansi pada variabel kearifan lokal (X_2) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas pada variabel tersebut. Dengan demikian, secara statistik dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini masih mengandung gejala heteroskedastisitas.

Untuk memperkuat hasil uji heteroskedastisitas, pengujian selanjutnya dilakukan menggunakan P-P Plot. Pengujian ini digunakan untuk melihat pola penyebaran residual secara visual. Apabila titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

d. Uji Scatterplot

Gambar 4.1**Hasil Uji Scatterplot**

Sumber: Data diolah 2025

Karena pada pengujian sebelumnya masih terdapat gejala heteroskedastisitas, maka dilakukan pengujian lanjutan menggunakan Uji P-P Plot. Pengujian ini bertujuan untuk melihat penyebaran residual secara visual. Apabila titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal, baik di atas maupun di bawahnya, dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal atau tidak mengandung heteroskedastisitas.

6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

a. Persamaan Regresi

Untuk mengetahui pengaruh variabel budaya (X_1) dan kearifan lokal (X_2) terhadap kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan (Y), maka digunakan model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,539	1,97		2,304	0,023
TOTAL.X1	0,151	0,088	0,15	1,717	0,089
TOTAL.X2	0,644	0,091	0,617	7,042	0,000

Sumber : Data Diolah 2025

Berdasarkan data di atas, maka persamaan regresinya ialah sebagai berikut:

$$Y = 4,539 + 0,151 X_1 + 0,644 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kunjungan

X₁ = Budaya

X₂ = Kearifan Lokal

e = Error atau residual

- 1) Nilai konstanta sebesar 4,539 menunjukkan bahwa jika variabel X diabaikan atau nilainya sama dengan 0 maka variabel Y nilainya adalah 4,539.
- 2) Nilai koefisien regresi pada variabel X₁ sebesar 0,151 hal ini menunjukkan bahwa jika variabel X mengalami peningkatan sebesar 1 % maka variabel Y juga mengalami peningkatan sebesar 0,151. Dan sebaliknya jika variabel X₁ mengalami penurunan sebesar 1% maka variabel Y juga mengalami

penurunan sebesar 0,151. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh searah antara variabel bebas(X_1) dan variabel terikat (Y).

- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel X_2 sebesar 0,644 hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh searah antara variabel bebas X_2 (Kearifan Lokal) dengan variabel Y (Kunjungan). Jika variabel kearifan lokal naik sebesar 1% maka variabel kunjungan juga naik sebesar 0,644. Dan sebaliknya jika variabel X_2 mengalami penurunan sebesar 1% maka variabel Y juga mengalami penurunan sebesar 0,644. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh searah antara variabel bebas(X_2) dan variabel terikat (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah Nilai yang diperoleh dari perhitungan R^2 akan dinyatakan dalam persentase yang menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel terikat. Perhitungan uji R^2 diuraikan dibawah ini:

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,716 ^a	,512	,502	1,551

Sumber : Data Diolah 2025

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,502. Hal ini menunjukkan bahwa kunjungan ke Pasar Terapung Lok Baintan dipengaruhi oleh budaya dan kearifan lokal sebesar 50,2 %. Sementara itu, 49,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

7. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Hasil uji ini dapat dilihat dari nilai Prob (F-Statistic) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1). Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai Prob (F-Statistic) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2). Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai Prob (F-Statistic) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.15

Hasil Uji F (Simultan)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	245,260	2	122,630	50,945	,000 ^b
	Residual	233,490	97	2,407		
	Total	478,750	99			

Sumber : Data Diolah 2025

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 50,945 dan nilai F tabel diperoleh dengan $df_1 = (k-1 = 3-1 = 2)$ dan $df_2 = 97$ ($n-k = 100-3 = 97$) dengan margin of eror sebesar 0,05 atau 5% maka di dapatkan nilai sebesar 3,090 berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan di peroleh nilai signifikansi sebesar 0,000, di mana nilainya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel budaya (X_1) dan kearifan lokal (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan (Y).

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1). Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2). Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.16

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,539	1,97		2,304	0,023
	TOTAL.X1	0,151	0,088	0,15	1,717	0,089
	TOTAL.X2	0,644	0,091	0,617	7,042	0

Sumber : Data Diolah 2025

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) pada tabel di atas, pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan dapat dijelaskan sebagai berikut. Nilai t tabel di peroleh dengan $df (n-k = 100-3 = 97)$ dengan margin of eror sebesar 0,05 atau 5% maka didapatkan nilai 1,98472 dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa Variabel Budaya (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 1,717, yang lebih kecil dari nilai t tabel 1,98472, dengan nilai signifikansi 0,089 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Budaya (X_1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan. Dengan

demikian, hipotesis (H_0) diterima dan (H_a) ditolak.

Sementara itu, variabel Kearifan Lokal (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 7,042, yang lebih besar dari nilai t tabel 1,98472, serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Kearifan Lokal (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan. Oleh karena itu, hipotesis (H_0) ditolak dan (H_a) diterima. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara parsial hanya variabel Kearifan Lokal yang berpengaruh signifikan terhadap kunjungan Pasar Terapung Lok Baintan, sedangkan variabel Budaya tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel budaya dan kearifan lokal secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke Pasar Terapung Lok Baintan. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Selain itu, nilai F hitung sebesar 50,945 lebih besar dari F tabel 3,090 yang semakin memperkuat bahwa model penelitian ini layak digunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun, berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh hasil yang berbeda antara variabel budaya dan kearifan lokal. Variabel budaya memiliki nilai signifikansi sebesar 0,089 yang lebih besar dari 0,05 serta nilai t hitung sebesar 1,717 lebih kecil dari t tabel 1,98472 sehingga dapat disimpulkan bahwa

variabel budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Sementara itu, variabel kearifan lokal memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung sebesar 7,042 lebih besar dari t tabel 1,98472 yang berarti kearifan lokal berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan.

Menurut teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong 2008, keputusan seseorang dalam melakukan pembelian atau kunjungan dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu sebagai berikut :

1. Faktor budaya merupakan faktor dasar yang berkaitan dengan nilai, norma, kebiasaan, dan tradisi dalam masyarakat. Dalam konteks Pasar Terapung Lok Baintan, budaya terlihat dari tradisi berdagang di atas sungai, penggunaan bahasa Banjar, serta pakaian tradisional. Namun, dalam penelitian ini budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap kunjungan, sehingga lebih berperan sebagai identitas destinasi.
2. Faktor sosial berkaitan dengan pengaruh lingkungan seperti keluarga, teman, dan media sosial. Wisatawan sering berkunjung karena rekomendasi atau tren yang berkembang, termasuk informasi yang mereka lihat dari orang lain.
3. Faktor pribadi berhubungan dengan karakteristik individu seperti usia, pekerjaan, kondisi ekonomi, dan gaya hidup. Setiap wisatawan memiliki alasan yang berbeda dalam memilih destinasi sesuai dengan kebutuhan dan minatnya.
4. Faktor psikologis berkaitan dengan motivasi, persepsi, dan pengalaman. Dalam penelitian ini, faktor ini terlihat pada kearifan lokal yang dirasakan langsung oleh wisatawan, seperti interaksi yang ramah dan suasana yang nyaman, sehingga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Dengan memahami keempat faktor tersebut, dapat dijelaskan bahwa keputusan berkunjung wisatawan ke Pasar Terapung Lok Baintan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan hasil dari kombinasi berbagai faktor yang saling berkaitan. Dalam penelitian ini, kearifan lokal lebih kuat pengaruhnya karena berkaitan langsung dengan faktor sosial dan psikologis yang dirasakan secara nyata oleh wisatawan, sedangkan budaya lebih berperan sebagai identitas dan latar belakang destinasi. Dalam konteks pariwisata, keputusan berkunjung tidak hanya didorong oleh kebutuhan untuk berekreasi, tetapi juga oleh cara pandang wisatawan terhadap destinasi, dorongan dari dalam diri, pengalaman yang ingin dirasakan, serta penilaian terhadap daya tarik tempat tersebut. Secara teori, budaya merupakan salah satu faktor yang membentuk pola pikir dan perilaku individu. budaya mencakup nilai, norma, kebiasaan, bahasa, simbol, serta tradisi yang hidup dan diwariskan dalam suatu masyarakat.

Budaya membentuk cara seseorang melihat sesuatu, termasuk dalam memilih tempat wisata. oleh karena itu, secara teori budaya memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumen, karena nilai-nilai yang tertanam dalam diri seseorang dapat memengaruhi minat dan ketertarikan terhadap suatu destinasi. Di Pasar Terapung Lok Baintan, unsur budaya dapat terlihat dari aktivitas perdagangan yang dilakukan di atas *jukung*, penggunaan bahasa Banjar dalam proses transaksi, pemakaian busana tradisional seperti tanggui dan baju kurung, serta tradisi berpantun saat berjual beli. keseluruhan unsur tersebut menjadi ciri khas masyarakat sungai dan membentuk identitas unik Pasar Terapung sebagai destinasi wisata budaya. Keunikan ini menjadikan Pasar Terapung berbeda dari pasar pada umumnya dan menjadi daya

tarik tersendiri bagi wisatawan. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial budaya tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan. Fenomena ini dapat dijelaskan bahwa dalam perilaku wisatawan masa kini, nilai budaya tidak selalu menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pilihan destinasi. wisatawan saat ini cenderung lebih mempertimbangkan hal-hal yang langsung dapat mereka rasakan, seperti suasana, kenyamanan, kemudahan akses, serta pengalaman yang menyenangkan. Sebagian pengunjung datang karena rasa penasaran, ingin melihat keunikan pasar di atas air, mengikuti tren wisata, atau karena melihat rekomendasi dari media sosial.

Dalam kondisi ini, budaya lebih berfungsi sebagai identitas yang melekat pada destinasi, tetapi belum tentu menjadi alasan utama yang mendorong keputusan berkunjung. Wisatawan mungkin menikmati suasana yang penuh dengan unsur-unsur budaya, seperti pakaian tradisional dan aktivitas jual beli di atas sungai, namun tidak semuanya menjadikan nilai budaya tersebut sebagai pertimbangan utama ketika memutuskan untuk datang. Jika dilihat dari proses pengambilan keputusan konsumen, wisatawan biasanya melalui beberapa tahapan, yaitu mengenali kebutuhan, mencari informasi, membandingkan pilihan, kemudian memutuskan untuk berkunjung. pada tahapan ini, faktor yang paling kuat memengaruhi biasanya adalah hal-hal yang terlihat jelas dan dirasakan langsung, bukan sesuatu yang bersifat mendalam atau membutuhkan pemahaman khusus. hal inilah yang menyebabkan budaya tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik dalam penelitian ini. sebaliknya, variabel kearifan lokal dalam penelitian ini terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan. Kearifan lokal di Pasar Terapung Lok Baintan

tercermin melalui praktik sosial yang nyata, seperti sikap pedagang yang ramah dan santun, tradisi berpantun dalam interaksi jual beli, semangat gotong royong antar pedagang, penggunaan bahasa Banjar yang sopan, serta sistem barter atau *bapanduk* yang menjadi bagian dari sejarah perdagangan masyarakat sungai. Unsur-unsur ini bukan hanya sekadar simbol, tetapi benar-benar dirasakan oleh wisatawan ketika berada di lokasi.

Jika ditinjau dari teori perilaku konsumen, kearifan lokal berkaitan erat dengan faktor sosial dan psikologis. Ketika wisatawan berinteraksi langsung dengan pedagang yang ramah, mereka akan merasa dihargai dan nyaman. Rasa nyaman ini akan membentuk kesan positif terhadap destinasi. Kesan positif tersebut dapat memengaruhi keputusan untuk berkunjung kembali atau merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Dengan kata lain, pengalaman langsung memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk sikap dan keputusan wisatawan. Dalam perkembangan pariwisata saat ini, wisatawan tidak hanya ingin melihat suatu tempat, tetapi juga ingin merasakan suasana dan berinteraksi dengan masyarakat setempat. Mereka mencari pengalaman yang berbeda dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, kearifan lokal yang terlihat dalam sikap pedagang, cara melayani, dan suasana kekeluargaan menjadi faktor yang lebih mudah dirasakan dan lebih berkesan bagi pengunjung dibandingkan budaya yang hanya terlihat sebagai tampilan luar. Hasil penelitian ini juga dapat dibandingkan dengan penelitian terdahulu. Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan bahwa budaya memiliki peran penting dalam menjaga keberadaan Pasar Terapung Lok Baintan. Penelitian oleh Hero Chandra (2022) menyebutkan bahwa budaya sungai menjadi identitas utama pasar terapung. Penelitian Maryam Mustika dkk. (2023) juga

menunjukkan bahwa wisatawan tertarik pada aktivitas budaya yang ada di pasar tersebut. Namun, sebagian besar penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih menggambarkan makna dan persepsi terhadap budaya, bukan menguji pengaruhnya secara statistik. Perbedaan hasil dalam penelitian ini dapat dipahami karena pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu mengukur pengaruh secara langsung terhadap kunjungan. Dalam pengujian seperti ini, suatu variabel dinyatakan berpengaruh apabila memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap variabel kunjungan.

Dalam penelitian ini, budaya memang penting sebagai identitas, tetapi tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan berkunjung secara langsung. Sebaliknya, kearifan lokal yang langsung dirasakan melalui interaksi sosial menunjukkan pengaruh yang lebih nyata. Selain itu, perubahan karakteristik wisatawan di era modern juga memengaruhi hasil penelitian ini. Wisatawan masa kini lebih menekankan pada pengalaman langsung, kenyamanan, serta kualitas interaksi sosial dibandingkan pada pemahaman nilai budaya yang mendalam.

Hal ini sejalan dengan penelitian Desika Nur Jannah, Herman Novry Kristiansen, dan Muhammad Satrio Wibowo (2024) yang menyatakan bahwa kearifan lokal berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Dengan demikian, kearifan lokal yang tercermin dalam nilai-nilai budaya, tradisi, serta keunikan lokal mampu memberikan pengalaman yang menarik bagi wisatawan. Selain itu, kearifan lokal juga terlihat dalam sikap ramah, etika berdagang yang baik, serta interaksi sosial yang positif sehingga menjadi faktor yang membentuk pengalaman wisatawan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa budaya tetap menjadi

dasar dan identitas utama Pasar Terapung Lok Baintan sebagai destinasi wisata berbasis tradisi.

Budaya memberikan keunikan dan membentuk citra pasar terapung sebagai warisan masyarakat sungai. Namun, dalam perilaku wisatawan masa kini, kearifan lokal yang diwujudkan melalui praktik nyata dan pengalaman langsung memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap kunjungan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman sosial dan kenyamanan yang dirasakan secara langsung menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan berkunjung wisatawan. Oleh sebab itu, upaya pelestarian budaya perlu diiringi dengan penguatan praktik kearifan lokal yang mampu menghadirkan pengalaman autentik dan berkesan, sehingga kunjungan wisatawan dapat terus meningkat secara berkelanjutan.