

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
TINGKAT PENJUALAN TIKET PESAWAT PADA MAGNETO
HOLIDAYS TOUR AND TRAVEL YOGYAKARTA
(Studi Kasus pada Penjualan Tiket Domestik
Magneto Holidays Yogyakarta)**

SKRIPSI



Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata D IV

Oleh :

**PRESTY HAPSARI
NO MHS. 419200181**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2020

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
TINGKAT PENJUALAN TIKET PESAWAT PADA MAGNETO
HOLIDAYS TOUR AND TRAVEL YOGYAKARTA
(Studi Kasus pada Penjualan Tiket Domestik
Magneto Holidays Yogyakarta)**



Oleh :

**PRESTY HAPSARI
NO. MHS: 419200181**

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I


Drs. SANTOSA, MM
NIDN. 0519045901

Pembimbing II


YUDI SETIAJI, SH, MM
NIDN. 0508066401

Mengetahui,
Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata


YUDI SETIAJI, SH, MM
NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
TINGKAT PENJUALAN TIKET PESAWAT PADA MAGNETO
HOLIDAYS TOUR AND TRAVEL YOGYAKARTA
(Studi Kasus pada Penjualan Tiket Pesawat
Domestik Magneto Holidays Yogyakarta)**

SKRIPSI

Oleh
PRESTY HAPSARI
No. MHS : 419200181

Telah Dipertahankan di Depan Tim
Penguji dan Dinyatakan Lulus
Pada Tanggal : 06 Januari 2021

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Angela Ariani, SH, MM
Pembimbing I : Drs. Santosa, MM
Pembimbing II : Yudi Setiaji, SH, MM

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Des. Prihanto, MM
NIDN. 0526125901

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Presty Hapsari
NIM : 419200181
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pesawat pada Magneto Holidays Tour and Travel Yogyakarta

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan bukan karya orang lain. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan DIV Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Demikian surat ini saya buat dengan sebagaimana mestinya dan apabila surat pernyataan ini tidak benar, maka saya siap dituntut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Yogyakarta, Desember 2020



Presty Hapsari
419200181

MOTTO

“Dan Dia menundukkan apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi untukmu semuanya (sebagai rahmat) dari-Nya. Sungguh, dalam hal yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang berpikir.”

Al-Jaatsiyah [QS. 45:13]

“Kemarin itu bak cek yang gagal dicairkan, esok bak harapan di atas kertas, sedangkan hari ini ibarat uang kontan yang harus dimanfaatkan sebijak mungkin.”

(Kay Lyons)

“Hidup hanya sekali, hiduplah yang berarti.”

(Ahmad Fuadi)

“Jika kau tak suka sesuatu, ubahlah! Jika tak bisa, maka ubahlah cara pandangmu tentangnya.”

(Maya Angelou)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Allah Subhanahuwata'ala yang selalu membimbingku ke jalan yang benar, yang memberikan napas di setiap detikku dan menerangi langkahku serta memberikan kesempatan untuk melanjutkan studi DIV.
2. Kepada kedua orangtuaku yang tiada hentinya mendukung setiap perjalanan hidupku, mendoakan, menjadi tempat curahan hati, memberi semangat, juga yang telah mendorong penulis untuk melanjutkan studi di kota Yogyakarta ini.
3. Kepada seluruh keluarga besar, terima kasih untuk dukungan dan semua kasih sayang yang tak ternilai harganya.
4. Kepada yang terkasih, Diasa Pradana Wahyu Kartiko, terima kasih untuk tiada hentinya selalu memberikan dukungan, saran dan semangat selama berkuliah di STP AMPTA ini.
5. Kepada seluruh sahabat penulis, grup Slengekan 2019, Polpers, Mabora Team, Kak Ria, Kak Sella, Kak Rista, G3, & Fresco terima kasih banyak atas dukungan dan semangat yang kalian berikan.
6. Kepada Anam yang telah membantu penulis dalam memberikan saran-saran terbaiknya pada pengolahan data skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahuwata'ala atas berkat rahmat, rezeki, kesehatan serta karunia-Nya sehingga penulis dapat melanjutkan studi dari D-III Manajemen Usaha Perjalanan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu D-IV Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Penulis merasa sangat bersyukur karena program studi lanjut yang dijalani selama satu setengah tahun dapat selesai tepat pada waktunya, yaitu dengan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN TIKET PESAWAT PADA MAGNETO HOLIDAYS TOUR AND TRAVEL YOGYAKARTA”** dengan sebaik-baiknya.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih khususnya kepada kedua orangtua yang telah memberikan dorongan, motivasi dan doa selama menyelesaikan penulisan skripsi. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan moril dan materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.
2. Bapak Yudi Setiaji, S.H., M.M selaku Dosen Pembimbing II dan Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi.

3. Ibu Angela Ariani, S.H., M.M selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, masukan, kritik dan saran kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Prihatno, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Amri Nur Ridwan selaku *Owner* Magneto Holidays yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian.
6. Seluruh Karyawan Magneto Holidays Yogyakarta yang telah membantu penulis untuk melaksanakan penelitian hingga selesai.
7. Seluruh Dosen Usaha Perjalanan Wisata dan pegawai STP AMPTA Yogyakarta yang sudah membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. Berbagai pihak yang telah membantu serta memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis sangat berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak sebagai pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis mengharapkan bantuan berupa saran dan kritikan dari semua pembaca yang bersifat membangun demi terciptanya karya yang lebih baik dimasa mendatang.

Yogyakarta, 14 Desember 2020

Presty Hapsari
419200181

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	6
A. Landasan Teori	6
1. Pengertian Harga	6
2. Penetapan Harga	8
3. Peranan Harga	12

4. Tujuan Penetapan Harga	14
5. Pengertian Promosi	15
6. Bauran Promosi	16
7. Tujuan Promosi	19
8. Pengertian Penjualan	21
9. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan	24
10. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	32
B. Kerangka Pemikiran Teoritik	34
C. Penelitian Terdahulu	35
D. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel	40
D. Variabel dan Indikator	42
1. Variabel	42
2. Definisi Konsep	43
3. Definisi Operasional	43
4. Indikator	44
E. Metode Pengumpulan Data	45
1. Jenis Instrumen Penelitian	45
2. Uji Kelayakan Instrumen	47
F. Metode Analisis Data	49

1. Uji Asumsi Klasik	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Multikolinearitas	50
c. Uji Heteroskedastisitas	51
2. Uji Analisis Data	51
3. Uji Kelayakan Variabel	52
a. Uji Simultan (Uji F)	52
b. Uji Parsial (Uji T)	53
c. Uji R ² (Uji Koefisien Determinasi)	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskripsi Objek Penelitian	56
1. Gambaran Umum Magneto Tour and Travel Holidays	56
2. Sejarah Magneto Holidays	56
3. Struktur Organisasi Magneto Tour and Travel Holidays	59
4. Fasilitas Magneto Tour and Travel Holidays Yogyakarta	61
B. Hasil Penelitian	62
1. Karakteristik Responden	62
2. Tanggapan Responden terhadap Setiap Pernyataan	66
3. Pengujian Instrumen Penelitian	71
4. Uji Asumsi Klasik	74
5. Analisis Data	77
a. Analisis Regresi Linear Berganda	77
b. Koefisien Determinasi	78

c. Pengujian Hipotesis	79
C. Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Skala Likert	46
Tabel 4.1 Fasilitas Magneto Holidays Yogyakarta	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.12 Hasil Uji R^2	78
Tabel 4.13 Hasil Uji F	80
Tabel 4.14 Hasil Uji T	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Magneto Holidays Yogyakarta	59
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	74
Gambar 4.3 P-plot (Normalitas).....	75

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Data Responden
- Lampiran 5 Data Penjualan Tiket Pesawat Domestik Magneto Holidays
- Lampiran 6 Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 7 Hasil Olah Data SPSS
- Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Analisis Regresi Linear Berganda
 - Uji R^2
 - Uji F
 - Uji T
- Lampiran 10 Tabel F, Tabel t dan Tabel r
- Lampiran 11 Brosur Magneto Holidays
- Lampiran 12 Dokumentasi
- Lampiran 13 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berjudul Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pesawat pada Magneto Holidays Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penetapan harga dan promosi secara serempak mempengaruhi tingkat penjualan serta untuk mengetahui mana di antara variabel penetapan harga dan promosi yang lebih dominan berpengaruh terhadap tingkat penjualan.

Subjek penelitian ini adalah pelanggan Magneto Holidays Yogyakarta yang berjumlah 64 responden. Pemilihan sampel menggunakan teknik *non random sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan *skala likert*, sedangkan variabel dependennya diambil dari sampel per hari pada data penjualan selama 2 bulan. Uji persyaratan analisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode statistik yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan pengujian hipotesis melalui uji F secara simultan dan uji T secara parsial.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut : $Y = 0,110 + 3,054X_1 + 3,115X_2$. Hasil ini berarti bahwa apabila tidak ada variabel bebas dalam hal ini adalah penetapan harga dan promosi, maka tingkat penjualan produk tiket pesawat hanya 11% didasari dari faktor kepercayaan. Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} (34,832) > F_{tabel} (3,15)$ dan nilai $sig (0,000) < 0,05$ yang artinya secara simultan nilai Penetapan Harga dan Promosi berpengaruh terhadap tingkat penjualan tiket pesawat domestik. Berdasarkan uji T/Parsial diperoleh variabel Penetapan Harga nilai $T_{hitung} (3,054) > T_{tabel} (1,998)$ dan nilai signifikan ($0,003 < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terhadap tingkat penjualan, kemudian variabel Promosi nilai $T_{hitung} (3,115) > T_{tabel} (1,998)$ dan nilai signifikan ($0,003 < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang lebih dominan terhadap tingkat penjualan. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,518 yang artinya 51,80% tingkat penjualan dipengaruhi oleh penetapan harga dan promosi sedangkan sisanya 48,20% diperoleh dari variabel lain yang tidak diteliti seperti pelayanan (termasuk kecepatan respon karyawan), komitmen perusahaan (salah satunya termasuk pengurusan *flight delay*, dan fasilitas perjalanan. Oleh karena itu, digunakan uji asumsi klasik yang menunjukkan pada uji Normalitas bahwa data penelitian berdistribusi normal dilihat dari kurva grafik histogram dan garis diagonal di gambar P-Plot, kemudian pada uji Multikolinearitas disimpulkan bahwa kedua variabel independen tidak terdapat multikolinearitas dilihat dari nilai *tolerance* kedua variabel $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , dan pada uji Heteroskedastisitas menggunakan uji glejser disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi kedua variabel independen $> 0,5$.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Promosi dan Tingkat Penjualan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini pariwisata merupakan salah satu fenomena yang selalu dikaitkan dengan kegiatan perjalanan seseorang untuk memperoleh pengalaman baru yang menyenangkan dan berkesan. Pariwisata dianggap sebagai suatu aset yang strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah-wilayah tertentu yang mempunyai potensi objek wisata sehingga dapat membawa manfaat dan pengaruh yang cukup besar meliputi aspek ekonomi (sumber devisa), aspek sosial (penciptaan lapangan kerja) dan aspek budaya. Selain itu pariwisata juga merupakan sektor yang sangat kompleks yang terdiri atas berbagai komponen, seperti atraksi, transportasi, akomodasi, promosi dan sebagainya.

Dengan adanya pariwisata, perkembangan dunia usaha ditandai dengan makin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran tiket, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menerapkan harga dan promosi yaitu pihak perusahaan harus berupaya menciptakan harga saing yang lebih baik, untuk mendapatkan laba atau profit yang ingin dicapai. Menurut Kotler dalam Hakim Simanjuntak (2013) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain: (1) harga jual; (2) produk (barang

atau jasa) yang di tawarkan; (3) promosi yang dirancang; (4) saluran distribusi dan (5) mutu. Harga adalah salah satu unsur penting terhadap peningkatan volume penjualan. Selain harga, yang berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan adalah promosi. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menginformasikan, memberitahukan, membujuk, dan mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan agar para konsumen tertarik untuk membelinya.

Jurnal yang berjudul *The Competitive Pricing Behaviour of Low Cost Airlines in the Perspective* oleh Sengpoh (2015) menunjukkan bahwa tekanan kompetitif telah dipimpin untuk harga predator. Berdasarkan Thesun Tzu Art of War filsafat, studi ini menyoroti bahwa kondisi untuk rasionalitas dan sukses dalam permainan bisnis sangat tergantung pada efisiensi dan kecerdasan manajemen dan percaya bahwa kemampuan untuk mengendalikan perang harga antara dua maskapai penerbangan biaya rendah ini akan memberikan persaingan yang sehat.

Magneto Holidays Tour and Travel merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata, melayani hampir semua keinginan wisatawan baik individu maupun grup. Dengan kerja sama tim yang sangat berpengalaman dan profesional, Magneto Holidays menyediakan berbagai kegiatan berbasis wisata, *adventure*, *outbound training*, tentunya penjualan tiket pesawat domestik dan Internasional. Magneto Holidays memberikan kualitas dan keunggulan untuk pelanggan secara eksklusif dengan

memanfaatkan harga terbaik. Magneto Holidays telah mengembangkan sistem yang telah terintegrasi langsung dengan sistem milik maskapai penerbangan indonesia. Sistem ini diharapkan mampu memberikan informasi detail harga beserta jadwal keberangkatan rute domestik dan rute internasional, dengan mengembangkan sistem dari yang sudah ada menjadi sebuah sistem yang terpadu yaitu *Online Reservation Ticket Agency*. Melalui program-program yang sudah disusun demi memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang, dengan banyaknya persaingan dalam dunia penerbangan saat ini, termasuk harga dan promosi, perusahaan Magneto Holidays juga berupaya memberikan harga saing yang kompetitif kepada konsumen dan kegiatan promosi yang mendukung penjualan tiket. Untuk lebih meningkatkan penjualan tiket, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan harga dimana terdapat beberapa perusahaan pesaing yang penetapan harga jual tiket masih dibawah yang ditetapkan oleh perusahaan sekarang. Harga dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan bagi perusahaan walau strategi harga bukanlah merupakan cara untuk mengatasi berbagai persoalan dalam perusahaan, namun setiap perusahaan hendaknya mempertimbangkan secara matang setiap keputusan dalam menyesuaikan harga. Kegiatan promosi yang dikeluarkan perusahaan juga harus lebih meningkat guna mencapai tingkat penjualan yang maksimal.

Dalam kaitannya dengan latar belakang tersebut di atas, maka hal inilah yang membuat penulis untuk membahas lebih jauh dengan memilih judul **“Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pesawat pada Magneto Holidays Tour and Travel Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah penetapan harga dan promosi secara serempak berpengaruh terhadap tingkat penjualan tiket pesawat di Magneto Holidays Tour and Travel Yogyakarta?
2. Di antara variabel penetapan harga dan promosi, manakah yang lebih dominan berpengaruh terhadap tingkat penjualan tiket pesawat di Magneto Holidays Tour and Travel Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Untuk memperjelas arah penelitian dan tidak menyimpang dari judul yang telah ditetapkan, maka penulis membatasi permasalahan tentang Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi dimana yang dibahas lebih kepada bagian harga dan promosi terhadap tingkat penjualan tiket khususnya tiket penerbangan domestik dari dan ke Deli Serdang, Kualanamu.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan variabel penelitian, berikut tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah penetapan harga dan promosi secara serempak mempengaruhi tingkat penjualan tiket pesawat di Magneto Holidays Tour and Travel Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui manakah diantara variabel penetapan harga dan promosi yang lebih dominan berpengaruh terhadap tingkat penjualan tiket pesawat di Magneto Holidays Tour and Travel Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan bagi pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber data, informasi dan literatur bagi kegiatan-kegiatan penelitian ilmiah selanjutnya sebagai tambahan kekayaan hasil penelitian yang dapat digunakan untuk dikembangkan.

2. Manfaat bagi Magneto Holidays Tour and Travel

Dapat memberikan sumbang saran kepada Magneto Holidays Tour and Travel Yogyakarta sebagai masukan dalam penetapan harga dan promosi untuk meningkatkan penjualan tiket pesawat domestik.

3. Manfaat bagi Penulis

- a. Dapat membandingkan ilmu teori yang diperoleh selama dibangku perkuliahan dengan kenyataan yang dilapangan.
- b. Dapat berpikir secara analisis terhadap beragam permasalahan yang muncul di Industri Pariwisata berdasarkan teori-teori yang telah ada.