

**SKRIPSI**

**PENGARUH *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN) TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESTINASI WISATA  
MOJOSEMI FOREST PARK KABUPATEN MAGETAN**



**OLEH :**

**HELENA VENERANDA LETSOIN**

**NIM 518100867**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN) TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESTINASI WISATA  
MOJOSEMI FOREST PARK KABUPATEN MAGETAN**



**OLEH :**

**HELENA VENERANDA LETSOIN**

**NIM 518100867**

**Telah Disetujui Oleh**

**Pembimbing I**

**Drs. Santosa, M.M  
NIDN. 0519045901**

**Pembimbing II**

**Yudi Setiaji, S.H., M.M  
NIDN. 0508066401**

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi**

**Arif Dwi Saputra, S.S., M.M  
NIDN.0525047001**

**BERITA ACARA UJIAN**  
**PENGARUH *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN) TERHADAP**  
**KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESTINASI WISATA**  
**MOJOSEMI FOREST PARK KABUPATEN MAGETAN**  
**SKRIPSI**

**OLEH**  
**HELENA VENERANDA LETSOIN**  
**NIM 518100867**  
Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan LULUS  
Pada tanggal 11 Oktober 2022

**TIM PENGUJI**

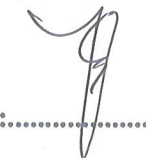
**Penguji Utama** : Dra. Heni Susilowati, M.M  
NIDN. 0505026202

.....  


**Penguji I** : Drs. Santosa, M.M  
NIDN. 0519045901

.....  


**Penguji II** : Yudi Setiaji, S.H.,M.M  
NIDN. 0508066401

.....  


Mengetahui,  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



  
**Drs. Prihatno, M.M**  
NIDN.0526125901

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Helena Veneranda Letsoin

NIM : 518100867

Program Studi : Jenjang Strata I Pariwisata

Judul : Pengaruh *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) Terhadap  
Keputusan Berkunjung Wisatawan Mojosemi Forest  
Park Kabupaten Magetan

Dengan ini menyatakan bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan pengetahun saya tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, October, 2022  
  
Helena Veneranda Letsoin

## **HALAMAN MOTTO**

Segala perkara dapat kutanggung didalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku

(Filipi 4:13)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala Puji dan Syukur penulis persembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, berkat, dan tuntunan Roh Kudus-Nya sehingga segalanya dapat saya lewati dengan baik. Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Yang tercinta Bapak Petrus Damianus Letsoin, Ibu Hiyasinta Trimulatsih, Kakak tersayang Carlo Karubaba, Rendy Naray, Florensia Carolina Letsoin, Claresta Ivena Letsoin dan Gabriela Scolastica Anggraeni Letsoin yang telah memberikan dukungan serta motivasi. Terimakasih untuk doa dan semangat tiada henti, semoga Tuhan selalu memberikan kebahagiaan, kesehatan dan rejeki yang melimpah.
2. Kepada diri sendiri yang tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi hingga tuntas.
3. Kepada Om Yoko, Almarhum Om Waris Warpopor, Om Manu Letsoin, Om Feri Letsoin, Mamatua Ros Letsoin, Tante Ririt, Tante Ita, Tante Eta, Tante Tutik, Tante Tina, Tante Bergita di Fakfak, Mba Dian dan Mas di Kaimana, dan keluarga mama dan papa yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan dan semangat yang selalu diberikan kepada saya. Semoga berkat tulus yang diberikan kepada saya boleh Tuhan gantikan berlipat ganda.
4. Kepada sepupu Uci Letsoin, Lia Letsoin, Desi Letsoin, Isayas Foor, sepupu-sepupu saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Tak lupa pula kepada

Kakak Erni Rahangmetan dan Kakak Lidia Rahangmetan. Semoga segala urusan dan segala hal yang ingin dicapai boleh dilancarkan.

5. Kepada adik Olivia Warpopor, Zeba Hegemur, Reka Udjan sebagai teman yang selalu menghibur dan memberi semangat.
6. Kepada teman seperjuangan di kampus Syafira, Fanny, Upi, Kristi dan La Ode Wahyu terimakasih sudah menjadi teman setia yang ada disaat suka bahkan disaat duka, selalu menjadi penyemangat dan selalu memotivasi hal-hal baik dan positif. Semoga pertemanan kita terus berlanjut sampai kapanpun. Sukses buat kalian.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang tidak berkesudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini pada waktu yang tepat. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 pada program studi “Pariwisata” di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Skripsi yang penulis susun dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan” menunjukkan hasil bahwa variabel *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri atas variabel *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (karyawan), *Process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan dan *physical evidence* (bukti fisik) adalah variabel yang paling dominan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang turut berperan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan rendah hati dan rasa hormat penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Drs. Santosa, M.M, selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi.
2. Bapak Yudi Setiaji, S.H.,M.M, selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi.
3. Dra. Heni Susilowati, M.M, selaku penguji utama yang telah bersedia untuk menguji dan memberi kesempatan kepada penulis dalam menyampaikan isi skripsi secara keseluruhan serta memberi kritikan dan saran yang bermanfaat berkaitan dengan skripsi penulis.



4. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S.,M.M, selaku Ketua Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi penulis selama menjalankan proses perkuliahan.
5. Pengelola Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan yang telah berkenan memberikan izin untuk melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar.
6. Responden yang telah berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dari ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis, maka penulis memohon maaf atas kekurangan dan keterbatasan yang ada. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna untuk melakukan penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik dan saran dapat disampaikan ke email penulis ([helenaletsoin@yahoo.com](mailto:helenaletsoin@yahoo.com)).

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Oktober, 2022

Helena Veneranda Letsoin

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Teorisasi.....	12
1. Pengertian Pemasaran .....	12
2. Marketing Mix (Bauran Pemasaran).....	13
3. Keputusan Berkunjung.....	25
4. Pariwisata.....	28
5. Wisatawan.....	29
B. Penelitian Terdahulu .....	32
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis Penelitian .....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	39
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	40
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
D. Populasi dan Sampel.....	40
E. Variabel Penelitian .....	42
F. Metode Pengumpulan Data .....	49
G. Metode Analisis Data .....	54

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum.....	61
1. Profil Mojosemi Forest Park .....	61
2. Visi, Misi dan Struktur Organisasi Mojosemi Forest Park .....	62
3. Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Mojosemi Forest Park .....	64
B. Karakteristik Data Responden .....	76
C. Hasil Uji Kelayakan Instrumen.....	82
D. Hasil Analisis Deskriptif.....	86
E. Hasil Uji Kelayakan Variabel .....	117
F. Hasil Penelitian.....	125
G. Pembahasan .....	130

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	139
B. Saran .....	141

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Konseptual, Definisi Operasional dan Indikator .....	45
Tabel 3.2 Skala Likert .....	51
Tabel 4.1 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	77
Tabel 4.2 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4.3 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Domisili .....	79
Tabel 4.4 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan .....	79
Tabel 4.5 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	80
Tabel 4.6 Distribusi Wisatawan Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X(Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Berkunjung) .....	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y(Keputusan Berkunjung).....	85
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang X1.1 Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Memiliki Beragam Atraksi Wisata Dan Wahana Wisata Yang Menarik.....	86
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang X1.2 Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Memiliki Fasilitas Wisata Yang Lengkap.....	87
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang X1.3 Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Memiliki Akses Jalan Yang Baik .....	88
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang X2.1 Tarif Masuk, Wahana Permainan, Makanan Dan Minuman Yang Ditetapkan Terjangkau Oleh Wisatawan .....	89
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang X2.2 Tarif Yang Dikeluarkan Wisatawan Sesuai Dengan Kualitas Atraksi Dan Wahana Wisata Yang Dinikmati Oleh Wisatawan .....	90
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Tentang X2.3 Tarif Yang Dikeluarkan Wisatawan Sesuai Dengan Harapan Dan Manfaat Yang Dirasakan Oleh Wisatawan .....	91

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Tentang X3.1 Lokasi Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Mudah Dijangkau .....	92
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Tentang X3.2 Lokasi Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Mudah Dilihat Dari Jalan Utama.....	93
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Tentang X3.3 Lokasi Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park memiliki petunjuk arah dan dapat terdeteksi di Google Maps .....	94
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Tentang X3.4 Lokasi Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Memiliki Lalu Lintas Kendaraan Yang Aman .....	95
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Tentang X3.5 Lokasi Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Memiliki Parkir Kendaraan Yang Baik, Luas Dan Keamanan Parkir Yang Terjadi .....	96
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Tentang X3.6 Lokasi Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Memiliki Lingkungan Sekitar Yang Bersih Dan Nyaman.....	97
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Tentang X4.1 Informasi Mengenai Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Tersedia Di Website Dan Sosial Media.....	98
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Tentang X4.2 Promosi Yang Dilakukan Oleh Pengelola Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Membuat Saya Tertarik Untuk Berkunjung .....	99
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Tentang X4.3 Penyampaian Informasi Atau Promosi Tentang Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Melalui Website Dan Sosial Media Sangat Jelas, Mudah Dipahami Dan Menarik .....	100
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Tentang X5.1 Karyawan Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Sudah Bekerja Sesuai Dengan Kompetensi Atau Bidangny.....	101

Tabel 4.27 Tanggapan Responden Tentang X5.2 Karyawan Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Bersikap Ramah Dan Sopan Kepada Wisatawan .....	102
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Tentang X5.3 Karyawan Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Tanggap Terhadap Keluhan Maupun Kebutuhan Wisatawan.....	103
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Tentang X5.4 Karyawan Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Mampu Berkomunikasi Dan Memberikan Informasi Yang Jelas Kepada Wisatawan.....	104
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Tentang X6.1 Proses Pembelian Tiket Masuk,Tiket Wahana Serta Penyewaan Fasilitas Dilayani Dengan Cepat Oleh Karyawan .....	105
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Tentang X6.2 Karyawan Mojosemi Forest Park Merespon Permintaan, Pertanyaan Dan Keluhan Wisatawan Dengan Cepat, Tepat Dan Baik.....	106
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Tentang X6.3 Pelayanan Yang Diberikan Karyawan Mojosemi Forest Park Baik Sehingga Membuat Wisatawan Merasa Senang Dan Nyaman Selama Berwisata .....	107
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Tentang X7.1 Lingkungan Serta Fisik Fasilitas Yang Berada Di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Terlihat Bersih, Nyaman Dan Menarik Sesuai Dengan Yang Diharapkan Wisatawa .....	108
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Tentang X7.2 Penataan Lokasi Di Kawasan Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Tertata Dengan Baik Dan Enak Dipandang .....	109
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Tentang X7.3 Fasilitas Pendukung Yang Tersedia Di Destinasi Mojosemi Forest Park Terlihat Memadai, Terawat dan Layak Digunakan .....	110
Tabel 4.36 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel X Marketing Mix (Bauran Pemasaran) .....	111

Tabel 4.37 Tanggapan Responden Tentang Y1 Saya Membutuhkan Dan Berkeinginan Untuk berekreasi Dan Mengisi Waktu Libur Di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park .....	112
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Tentang Y2 Saya Mencari Dan Mengetahui Informasi Terkait Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park .....	113
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Tentang Y3 Saya Yakin Mengunjungi Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Setelah Mengetahui Atraksi Dan Wahana Yang Terdapat Pada Destinasi Wisata Tersebut .....	114
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Tentang Y4 Berwisata Di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Sesuai Dengan Kebutuhan Berwisata Serta Daya Beli Yang Saya Miliki .....	115
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Tentang Y5 Saya Akan Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain Untuk Mengunjungi Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park .....	116
Tabel 4.42 Rekapitulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Berkunjung .....	117
Tabel 4.43 Hasil Uji Normalitas .....	118
Tabel 4.44 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	119
Tabel 4.45 Hasil Uji Multikolinearitas.....	120
Tabel 4.46 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	121
Tabel 4.47 Hasil Uji F (Simultan).....	125
Tabel 4.48 Hasil Uji T (Parsial).....	127
Tabel 4.49 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	129

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Plang Mojosemi Forest Park .....	61
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan.	63
Gambar 4.3 Foto Pintu Masuk Dan Salah Satu Habitat Dinosaurus Animatronik Di Dinosaurus Park.....	64
Gambar 4.4 Area Dino Show Di Mojosemi Forest Park .....	65
Gambar 4.5 Beberapa Wahana Permainan Di Mojosemi Forest Park .....	66
Gambar 4.6 Salah Satu Kegiatan Outbond di Mojosemi Forest Park .....	68
Gambar 4.7 Foto Loket Yang Tersedia Di Mojosemi Forest Park .....	70
Gambar 4.8 Foto Parkir Kendaraan Di Mojosemi Forest Park .....	70
Gambar 4.9 Foto Toko LMDH di Mojosemi Forest Park.....	71
Gambar 4.10 Foto Toko Souvenir Di Mojosemi Forest Park .....	71
Gambar 4.11 Foto Office Dan Receptionist Di Mojosemi Forest Park .....	72
Gambar 4.12 Foto Salah Satu Restoran, Rest Area Dan Street Food .....	73
Gambar 4.13 Penginapan di Mojosemi Forest Park .....	74
Gambar 4.14 Foto Salah Satu Toilet Umum Di Mojosemi Forest Park .....	74
Gambar 4.15 Foto Mushola di Mojosemi Forest Park.....	75
Gambar 4.16 Foto Peta Lokasi Di Mojosemi Forest Park .....	75



## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran I</b>	<b>Kuesioner Penelitian</b>
<b>Lampiran II</b>	<b>Surat Izin Penelitian</b>
<b>Lampiran III</b>	<b>Hasil Uji Kelayakan Variabel</b>
<b>Lampiran IV</b>	<b>Hasil Uji Kelayakan Instrumen</b>
<b>Lampiran V</b>	<b>Hasil Uji Hipotesis</b>
<b>Lampiran VI</b>	<b>Lembar Bimbingan</b>

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (karyawan), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik) terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park serta mengetahui variabel yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif dengan pendekatan kausal atau hubungan sebab akibat. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park. Sedangkan, sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *incidental sampling* dengan jumlah sampel 205 responden yang didapatkan berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin. Jenis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa (1) variabel *product* (produk) (X1), *price* (harga) (X2), *place* (lokasi) (X3), *promotion* (promosi) (X4), *people* (karyawan) (X5), *process* (proses) (X6) dan *physical evidence* (bukti fisik) (X7) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan dengan nilai  $f_{hitung}$  sebesar  $25,342 > f_{tabel}$  sebesar 2,06, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. (2) variabel *product* (produk) (X1) dengan nilai  $t_{hitung}$   $1,700 > t_{tabel}$  1,652 dan signifikansi  $0,91 > 0,05$  bukan variabel paling dominan yang berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mengunjungi destinasi wisata Mojosemi Forest Park, melainkan variabel *physical evidence* (bukti fisik) (X7) dengan nilai  $t_{hitung}$   $4,097 > t_{tabel}$  1,652 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  adalah variabel paling dominan yang berpengaruh terhadap keputusan wisatawan mengunjungi destinasi wisata Mojosemi Forest Park, sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Hasil koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,455 yang berarti 45,5% variabel keputusan berkunjung (Y) dipengaruhi oleh variabel *product* (produk) (X1), *price* (harga) (X2), *place* (lokasi) (X3), *promotion* (promosi) (X4), *people* (karyawan) (X5), *process* (proses) (X6) dan *physical evidence* (bukti fisik) (X7) sisanya 54,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti motivasi berkunjung, daya beli wisatawan, daya saing destinasi wisata dan sebagainya.

**Kata Kunci:** Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Karyawan, Proses, Bukti Fisik Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of the marketing mix which consists of product, price, place (location), promotion, people (employees), process and physical evidence to the decision to visit tourist at the Mojosemi Forest Park Tourism Destination and to find out the most dominant variables than influence the decision to visit tourists at the Mojosemi Forest Park Tourism Destination. This study uses associative quantitative research methods with a causal approach or causal relationship. The population in this study are tourists who visit Mojosemi Forest Park Tourism Destinations. Meanwhile, the sample in this study used a nonprobability sampling method with incidental sampling technique with a total sample of 205 respondents obtained based on calculations using the Slovin formula. The type of data analysis used is multiple linear regression analysis. The results show that (1) variable product (X1), price (X2), place (location) (X3), promotion (X4), people (employees) (X5), process (X6) and physical evidence (X7) together or simultaneously have a significant and significant effect on the decision to visit tourists at the Mojosemi Forest Park Tourism Destination, Magetan Regency with an  $f_{count}$  value of  $25,342 > f_{table}$  of  $2,06$ , so  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. (2) the product variable (X1) with a  $t_{count}$  of  $1,700 > t_{table}$   $1,652$  and a significance of  $0,91 > 0,05$  is not the most dominant variable than influences the decision of tourists to visit Mojosemi Forest Park Tourism Destinations, but the variabel physical evidence (X7) with a  $t_{count}$  of  $4,097 > t_{table}$   $1,652$  and a significance of  $0,000 < 0,05$  is the most dominant variable that influences the decision of tourists to visit the tourist destination of Mojosemi Forest Park Tourism Destinations, so  $H_0$  is accepted and  $H_2$  is rejected. The result of the coefficient of determination (adjusted  $R^2$ ) is  $0,455$ , which means  $45,5\%$  of the visiting decision variable (Y) is influenced by the variable product (X1), price (X2), place ( location) (X3), promotion (X4), people (employees) (X5), process (X6) dan physical evidence (X7) the remaining  $54,5\%$  is influenced by other variables not examined in this study such as motivation visiting, the purchasing power of tourists, the competitiveness of tourist destinations and so on.*

**Keywords:** *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence And Tourist Visiting Decisions.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring perkembangan waktu, manusia dituntut untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan dunia yang begitu cepat, hal ini menimbulkan berbagai kesibukan yang menyita waktu, sehingga menimbulkan rasa jenuh dan rasa penat. Ketika mendapatkan kesempatan berlibur atau istirahat dari rutinitas pekerjaan sehari-hari, manusia membutuhkan suatu hal yang berbeda untuk dapat menikmati waktu senggangnya. Berbagai hal dilakukan untuk menghilangkan rasa jenuh terhadap aktivitas sehari-hari, salah satunya adalah dengan aktivitas berwisata.

Pariwisata merupakan salah satu alternatif manusia di era modern ini untuk melepaskan kejenuhan dan kepenatan dari segala aktivitas sehari-hari dan tuntutan kehidupan dalam mengalami perkembangan dunia. Secara etimologi, kata “pariwisata” berasal dari sansekerta yang terdiri dari ‘pari’ dan ‘wisata’ yang artinya pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar atau berkeliling dan juga berarti lengkap, sedangkan wisata berarti perjalanan atau dapat diartikan sebagai perjalanan yang dalam hal ini sinonim dengan kata travel. Kata pariwisata memiliki banyak pengertian yang berbeda-beda, pariwisata merupakan fenomena perjalanan yang dilakukan manusia antar suatu wilayah hingga lintas negara yang telah menjadi suatu tren bahkan telah menjadi bagian gaya hidup manusia

modern saat ini (Kurniansah et al., 2021:46). Pendapat berbeda juga ditetapkan oleh Pemerintah Indonesia pada kebijakan yang termuat dalam Undang-Undang Pariwisata Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang mendefinisikan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah, sedangkan kepariwisataan merupakan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Indonesia menjadi salah satu negara yang juga terus menunjukkan peningkatan dalam mengembangkan dan memperkenalkan pariwisatanya. Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara beriklim tropis yang memiliki banyak potensi pariwisata menarik, seperti sumber daya alam, budaya, kerajinan tangan dan lain-lain yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Melihat bahwa pariwisata cukup berpotensi untuk dikembangkan dan mampu meningkatkan perekonomian negara atau daerah pada era modern ini, membuat banyak negara melirik pariwisata dan berusaha untuk terus mengembangkannya. Berbicara mengenai perkembangan pariwisata di Indonesia, setiap daerah diberikan wewenang dan tanggung jawab dalam memajukan perekonomian di daerahnya masing-masing. Sejalan dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh

pemerintah pusat dalam Undang-Undang No.22 Tahun 1999 Tentang Pembedakan Otonomi Daerah, Pemerintah Daerah memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola segala potensi yang ada di daerahnya masing-masing. Ketika sumber daya, potensi maupun keunggulan yang dimiliki oleh suatu daerah dapat dikembangkan dan dialokasikan secara efektif dan efisien, maka akan memberikan pertumbuhan ekonomi yang baik. Pariwisata dapat menjadi salah satu industri atau sektor yang dapat digandeng dalam mendukung perkembangan serta pembangunan suatu daerah, agar dapat mendukung pembangunan daerah maka perlu adanya perencanaan serta implementasi perencanaan yang serius, tepat dan matang. Peran pengembangan pariwisata pada suatu daerah juga dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, mengurangi angka pengangguran, menimbulkan kesadaran untuk melestarikan alam, budaya maupun lingkungan serta dapat berguna sebagai katalisator pembangunan perekonomian pada sektor lain. Kesadaran akan potensi pariwisata turut andil dalam upaya pemerintah daerah untuk mengembangkan daerah masing-masing, salah satu daerah yang terus mengembangkan potensi pariwisatanya adalah Kabupaten Magetan.

Kabupaten Magetan terletak di bagian Barat Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 688,85 Km<sup>2</sup>. Meskipun Kabupaten Magetan termasuk dalam Kabupaten terkecil kedua se-Jawa Timur, namun daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Magetan tidak kalah menarik dengan daya tarik

wisata di daerah lain, salah satunya destinasi Wisata Mojosemi Forest Park. Destinasi ini merupakan tempat wisata berbasis alam yang pada beberapa tahun terakhir banyak dikunjungi oleh wisatawan terlebih ketika destinasi wisata ini mulai memunculkan inovasi terbaru yaitu dengan menambah beberapa wahana permainan, spot foto dan juga membangun taman Dinosaurus yang menarik.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park pada tahun 2021, dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan per bulan selama satu tahun yaitu pada Bulan Januari jumlah kunjungan wisatawan mencapai total 17.474 pengunjung, Bulan Februari jumlah kunjungan wisatawan mencapai total 8.615 pengunjung, Bulan Maret 14.542 pengunjung, Bulan April 12.666 pengunjung, Bulan Mei 22.016, Bulan Juni total kunjungan wisatawan mencapai 25.362, Bulan Juli 420 pengunjung, kemudian pada bulan Agustus dan September tidak terdapat jumlah kunjungan yang disebabkan oleh diberlakukannya penutupan sementara semua destinasi wisata dan tempat hiburan di Kabupaten Magetan oleh Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magetan sesuai dengan intruksi Bupati Magetan Nomor 12 Tahun 2021 terkait Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat COVID-19 di Kabupaten Magetan. Pada Bulan Oktober jumlah kunjungan wisatawan mencapai 20.174 pengunjung, pada Bulan November jumlah kunjungan wisatawan mencapai 14.661 pengunjung dan pada akhir tahun yakni pada Bulan Desember 2021 jumlah kunjungan

wisatawan mencapai 28.940 pengunjung. Data kunjungan wisatawan yang dijabarkan tersebut menunjukkan ketidakstabilan jumlah pengunjung yang dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah *marketing mix* atau bauran pemasaran.

Dalam strategi pemasaran terdapat unsur *marketing mix* atau bauran pemasaran yang biasanya digunakan oleh suatu usaha, unsur ini dapat diterapkan pada industri pariwisata dalam mengoptimalkan pengembangan objek wisata. Unsur *marketing mix* terdiri dari beberapa komponen atau konsep seperti yang dikemukakan berdasarkan teori Kotler dan Armstrong (2012:62) dalam Komariyah dan Darmawan (2019:40) yang dikenal dengan istilah 7P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik).

*Product* (produk) merupakan suatu hal yang ditawarkan atau menjadi daya tarik bagi pasar atau konsumen atau dalam hal ini wisatawan untuk dilihat, digunakan atau dikonsumsi guna menciptakan rasa puas terhadap kebutuhan atau keinginan konsumen atau wisatawan. Ketika memasarkan produk kepada konsumen, tentu si pemilik usaha akan menetapkan *price* (harga), harga merupakan sejumlah nilai yang ditetapkan untuk suatu produk yang dapat ditukarkan konsumen atau wisatawan dengan manfaat dari penggunaan produk maupun jasa yang ditawarkan. Setelah produk dan harga telah ditetapkan, si pemilik usaha tentu harus memikirkan *place* (tempat, lokasi atau saluran distribusi) yang



digunakan untuk mempermudah pasar (wisatawan) untuk dapat menikmati produk wisata yang menjadi suatu daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung. *Promotion* (promosi) juga merupakan komponen atau konsep penting dalam *marketing mix*, promosi merupakan bentuk atau cara yang dilakukan oleh suatu objek wisata untuk memperkenalkan atau mengkomunikasikan produk wisatanya kepada para wisatawan. Selain promosi yang menjadi media memperkenalkan produk, *people* (orang) menjadi salah satu komponen yang juga terlibat dalam unsur *marketing mix* atau bauran pemasaran yang mana merupakan orang atau pihak yang melayani para wisatawan atau konsumen, orang memiliki peran penting dalam menciptakan persepsi dan *image* yang positif atau baik terhadap produk maupun suatu tempat usaha. *Process* (proses) dalam *marketing mix* bertujuan untuk menemukan cara-cara tepat dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dalam menikmati produk yang ditawarkan oleh suatu usaha. *Physical evidence* (bukti fisik) merupakan komponen *marketing mix* yang juga turut memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk atau keputusan wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi wisata. Bukti fisik merupakan bentuk dari wujud lingkungan fisik suatu usaha atau destinasi wisata yang disana sebuah layanan tercipta, tersedia dan adanya interaksi. Selain itu, bukti fisik berhubungan dengan kenyamanan dalam penggunaan fasilitas yang ditawarkan dalam menikmati produk.

Secara nyata strategi *marketing mix* atau bauran pemasaran menjadi sebuah bahan pertimbangan penting dalam upaya pengembangan potensi wisata meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa ada beberapa unsur dalam *marketing mix* yang tidak mempengaruhi, hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paramulia, et al., (2019) yang dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara parsial komponen atau variabel dalam *marketing mix* atau bauran pemasaran yang berpengaruh adalah variabel produk, tempat dan promosi, sedangkan variabel harga, orang, proses, dan bukti fisik tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada Objek Wisata Rumah Alam Manado.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan pemasaran secara khusus mengenai unsur *marketing mix* atau bauran pemasaran. Penulis ingin meneliti mengenai pengaruh bauran pemasaran dalam mempengaruhi kunjungan wisatawan pada suatu lokasi wisata. Berdasarkan latar belakang inilah, penulis tertarik untuk menulis penelitian yang berjudul “PENGARUH *MARKETING MIX* (BAURAN PEMASARAN) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DESTINASI WISATA MOJOSEMI FOREST PARK KABUPATEN MAGETAN”.

## **B. Rumusan Masalah**

*Marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam dunia bisnis secara khusus terkait dalam strategi

pemasaran. Dalam unsur *marketing mix* (bauran pemasaran) terdapat beberapa komponen atau variabel yang bisa digunakan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk mencapai tujuan suatu usaha yaitu mendapatkan laba atau untung. Komponen atau variabel tersebut diantaranya adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Berbicara mengenai pemasaran, dalam pembangunan industri pariwisata secara khusus di negara Indonesia juga ingin agar usaha dalam industri pariwisata terus mengalami perkembangan, sehingga dapat membantu dalam meningkatkan perekonomian negara yang diwujudkan melalui perencanaan pembangunan kepariwisataan. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah yang termuat dalam Undang-Undang Pariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 6 dan Pasal 7 Tentang Kepariwisataan. Dalam mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan pada suatu destinasi wisata, terdapat beberapa hal yang menjadi faktor dalam memutuskan kunjungan.

Berdasarkan penjelasan dan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan beberapa rumusan masalah yang ingin penulis ketahui hasilnya dalam penelitian ini, beberapa rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Apakah komponen *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari variabel *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi),

*promotion* (promosi), *people* (karyawan), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) secara simultan dan signifikan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan ?

2. Diantara komponen *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari variabel *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (karyawan), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) manakah variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan ?

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis telah uraikan diatas, agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas, maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh unsur *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri atas beberapa komponen atau variabel yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (karyawan), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh komponen *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari variabel *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) secara simultan dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan.
2. Untuk mengetahui manakah diantara komponen *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari variabel *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pariwisata, secara khusus kajian mengenai pengaruh *marketing mix* (bauran pemasaran) terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
  - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian-penelitian lebih lanjut yang akan melakukan penelitian serupa maupun melanjutkan penelitian ini.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang bermanfaat bagi pengelola Destinasi Wisata Mojosemi Forest Park Kabupaten Magetan dalam meningkatkan strategi *marketing mix* yang lebih baik agar dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengembangan pola pikir peneliti khususnya tentang *marketing mix* atau bauran pemasaran secara khusus dalam industri pariwisata.