

ANALISIS RESPON WISATAWAN TERHADAP PRODUK *BUNDLING* DI
OBJEK WISATA KALIANGET MANGUNAN KAB. BANJARNEGARA

SKRIPSI



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Pariwisata

Oleh

INDAH BUDI LESTARI
NO. MHS: 516100645

PROGRAM STUDI PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS RESPON WISATAWAN TERHADAP PRODUK *BUNDLING* DI
OBJEK WISATA KALIANGET MANGUNAN KAB. BANJARNEGARA



Oleh

INDAH BUDI LESTARI
NO. MHS: 516100645

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, MM
NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Yudi Setiaji, SH, MM
NIDN. 0508066401

Mengetahui
Ketua Jurusan

Arif Dwi Saputra, SS, MM
NIDN. 0523047001

BERITA ACARA UJIAN

ANALISIS RESPON WISATAWAN TERHADAP PRODUK *BUNDLING* DI
OBJEK WISATA KALIANGET MANGUNAN KAB. BANJARNEGARA

SKRIPSI

Oleh

INDAH BUDI LESTARI

NO. MHS: 516100645

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal:

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Drs. Prihatno,MM
NIDN.0526125901

Pembimbing I : Drs. Budi Hermawan,MM
NIDN. 0523026601

Pembimbing II : Yudi Setiaji, SIL,MM
NIDN. 0508066401

(.....)
(.....)
(.....)

Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta



Drs. Prihatno, MM

NIDN.0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Budi Lestari

Nim : 516100645

Program Studi : S1 Pariwisata

Judul Skripsi : ANALISIS RESPON WISATAWAN TERHADAP
PRODUK *BUNDLING* DI OBJEK WISATA
KALIANGET MANGUNAN KAB. BANJARNEGARA

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

Yogyakarta, Maret 2020

Indah Budi Lestari

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai(dari suatu urusan)tetaplah bekerja keras(untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan-mulah hendaknya kamu berharap”

(QS. Al-Insyirah:6-8)

“An action is the foundation of a succes (sebuah tindakan adalah dasar dari sebuah keberhasilan”

(Penulis)

“Jangan ingat lelahnya berjuang, tetapi ingatlah buah manis yang bisa dipetik kelak ketika sukses”

(Penulis)

“Jika bisa diimpikan berarti bisa di wujudkan”

(Walt Disney)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur Kepada Allah SWT, Skripsi ini dengan segala kesederhanaan dan keterbatasan ilmu serta segala cerita yang ada dibalikny, Penulis persembahkan Kepada:

1. Kepada kedua orang tua penulis Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan moril dan materil serta doa yang tak pernah putus sehingga penyusunan skripsi dapat diselesaikan.
2. Kepada Naufal Doohan Fauzan yang telah memberikan banyak motivasi dan mengorbankan banyak waktunya untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.
3. Kepada saudara kandung kakak dan adik yang selalu memberikan support kepada penulis.
4. Kepada semua keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis sebut satu persatu terimakasih atas semua nasehat yang diberikan.
5. Kepada semua Sahabat, Teman, Rekan penulis yang selalu memberi semangat dan doa dalam pencapaian yang sedang penulis raih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan Kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “ANALISIS RESPON WISATAWAN TERHADAP PRODUK *BUNDLING* DI OBJEK WISATA KALIANGET MANGUNAN KAB. BANJARNEGARA”. Penulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pendidikan khususnya dibidang kepariwisataan. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapat gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Kepariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M sebagai Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dengan sabar sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Yudi Setiaji, S.H, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dengan sabar membimbing dalam penyusunan skripsi ini.

3. Selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia menguji skripsi ini.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M sebagai penguji utama dan selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah membantu dan mengarahkan dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah banyak membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama perkuliahan dan membantu penulis dalam mempersiapkan penyusunan Skripsi ini.
7. Bapak Tony Eka P selaku pengelola Objek Wisata Kalianget Mangunan yang telah memberikan izin kepada penulis dan membantu dalam penyusunan skripsi.
8. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi angket penelitian.
9. Pihak-pihak lain yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna meskipun penulis telah berusaha dengan sebaik-baiknya. Untuk itu, penulis mengharapkan adanya kritik

dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan Skripsi ini.

Akhir kata penulis mohon maaf bila ada kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Yogyakarta, Maret 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	
1. Pariwisata	8
2. Wisatawan	9
a. Pengertian Wisatawan.....	9
b. Jenis-Jenis Wisatawan.....	9
3. Respon.....	10

a.	Pengertian Respon	10
b.	Jenis-Jenis Respon	12
c.	Faktor Terbentuknya Respon	13
4.	Strategi	14
a.	Pengertian Strategi	14
b.	Tujuan Pemasaran Dalam Pariwisata.....	16
c.	Unsur-Unsur Strategi Pemasaran.....	18
d.	Komponen Strategi Pemasaran.....	19
e.	Bauran Pemasaran.....	22
5.	<i>Bundling</i>	26
a.	Pengertian <i>Bundling</i>	26
b.	Efek Positif <i>Bundling</i> Bagi Perusahaan	29
c.	Efek Positif <i>Bundling</i> Bagi Konsumen	29
6.	Produk	30
7.	Produk Wisata	31
B.	Kerangka Penelitian.....	33
C.	Penelitian Terdahulu.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Metode dan Desain Penelitian.....	37
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian	37
C.	Teknik Cuplikan	38
D.	Sumber Data.....	38
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
F.	Keabsahan Data.....	43
G.	Metode Analisis Data	44
H.	Alur Penelitian.....	46
I.	Jadwal Penelitian.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Objek Penelitian	49
1.	Kalianget Mangunan.....	49
2.	Visi dan Misi	50
3.	Struktur Organisasi	51
4.	Atraksi Wisata	51
5.	Fasilitas	55
6.	Aksesibilitas	63
B.	Hasil Analisis Data.....	64
1.	Karakteristik Pengunjung.....	64
a.	Jenis Kelamin	64
b.	Usia	66
c.	Pekerjaan	66
d.	Frekuensi Kunjungan	68

e. Asal	69
f. Waktu Berkunjung	70
g. Hari Berkunjung	71
2. Respon Wisatawan Terhadap Produk <i>Bundling</i>	73
a. <i>Product</i>	74
b. <i>Price</i>	83
c. <i>Place</i>	91
d. <i>Promotion</i>	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	105
B. Saran	107

DAFTAR PUSTAKA	109
-----------------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN	112
--------------------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Tahun 2018-2020	3
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Kalianget Mangunan	51
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	68
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Asal Daerah	70
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Waktu Berkunjung	70
Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Hari Berkunjung	72
Tabel 4.9 Pilihan <i>Bundling</i> di Kalianget Mangunan.....	74
Tabel 4.10 Ringkasan Distribusi Frekuensi <i>Product</i>	75
Tabel 4.11 Harga <i>Bundling</i> di Kalianget Mangunan	84
Tabel 4.12 Ringkasan Distribusi Frekuensi <i>Price</i>	85
Tabel 4.13 Ringkasan Distribusi Frekuensi <i>Place</i>	92
Tabel 4.14 Ringkasan Distribusi Frekuensi <i>Promotion</i>	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Pancuran Kalianget Mangunan	52
Gambar 4.2 Pancuran Kalianget Mangunan	52
Gambar 4.3 Kolam Rendam.....	53
Gambar 4.4 Spot Foto Kalianget Mangunan.....	53
Gambar 4.5 Spot Foto Kalianget Mangunan.....	54
Gambar 4.6 Area Camping Ground.....	54
Gambar 4.7 Camping Ground Kalianget Mangnan.....	55
Gambar 4.8 Tempat Parkir Motor dan Mobil	56
Gambar 4.9 Gazebo	57
Gambar 4.10 Toilet	57
Gambar 4.11 Kamar Mandi	58
Gambar 4.12 Tempat Sampah	59
Gambar 4.13 Himbauan Mmembuang Sampah Pada Tempatnya	59
Gambar 4.14 Aula	59
Gambar 4.15 Mushola	60
Gambar 4.16 Panggung Hiburan	61
Gambar 4.17 Kantor atau Pos Penjaga	61
Gambar 4.18 Dokumentasi Kegiatan di Kalianget.....	62
Gambar 4.19 Aksesibilitas Menuju Kalianget	63

Gambar 4.20 Wisatawan Pria	65
Gambar 4.21 Wisatawan Pelajar	68
Gambar 4.22 Wawancara Wisawatan	71
Gambar 4.23 Wisatawan Pelajar	72
Gambar 4.24 Diagram Banyak Pilihan <i>Bundling</i>	76
Gambar 4.25 Diagram Fasilitas Memadai	77
Gambar 4.26 Diagram Produk <i>Bundling</i> Memuaskan.....	78
Gambar 4.27 Diagram <i>Bundling</i> Sesuai Kebutuhan.....	79
Gambar 4.28 Diagram Produk <i>Bundling</i> Menarik.....	81
Gambar 4.29 Diagram <i>Bundling</i> Memudahkan Wisatawan Memilih	82
Gambar 4.30 Diagram Harga <i>Bundling</i> Terjangkau	85
Gambar 4.31 Diagram Harga <i>Bundling</i> Sesuai Kualitas	87
Gambar 4.32 Diagram Harga Sesuai Manfaat	88
Gambar 4.33 Diagram Wisatawan Lebih Menghemat Uang	89
Gambar 4.34 Jalan Menuju Kalianget Mangunan	91
Gambar 4.35 Diagram Aksesibilitas Memadai	92
Gambar 4.36 Diagram Wisatawan Mudah Mendapatkan Produk	94
Gambar 4.37 Diagram Sarana dan Prasarana Sesuai	95
Gambar 4.38 Instagram Kalianget Mangunan	98
Gambar 4.39 Informasi Camppinuscoustic	98

Gambar 4.40 Postingan Instagram Kalianget Mangunan	99
Gambar 4.41 Akun Facebook Kalianget Mangunan	99
Gambar 4.42 Diagram Promosi <i>Online</i>	99
Gambar 4.43 Diagram Promosi Menarik	100
Gambar 4.44 Diagram Promosi <i>Offline</i>	101
Gambar 4.45 Diagram Promosi Informatif	102
Gambar 4.46 Diagram Promosi Sesuai dengan Target Pasar.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian di Objek Wisata Kalianget Mangunan

Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian di Objek Wisata Kalianget Mangunan

Lampiran 3 Pedoman Wawancara dan Hasil Wawancara dengan Pengelola

Lampiran 4 Pedoman Wawancara dan Hasil Wawancara dengan Wisatawan

Lampiran 5 Kuisisioner Wisatawan

Lampiran 6 Lembar Bimbingan

Lampiran 7 Gambar Kegiatan Penelitian

ABSTRAK

Melihat perkembangan dan tingkat persaingan yang semakin pesat dalam industri pariwisata membuat para pengelola pariwisata dituntut untuk berinovasi dalam strategi persaingan. Pengelola Objek Wisata Kalianget Mangunan menggunakan strategi *bundling* untuk menggabungkan beberapa produknya. Sebagai objek wisata yang sangat baru dikembangkan maka pemasaran sangat penting dan perlu dilakukan untuk menunjang pengelola dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan sehingga jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Kalianget akan terus meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon wisatawan terhadap produk *bundling* yang dilakukan oleh objek wisata Kalianget Mangunan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang ditujukan untuk mendeskripsikan suatu fenomena-fenomena apa adanya dengan menafsirkan data dan hasil penelitian yang didapat sehingga dapat menghasilkan kesimpulan dan jawaban dari fokus penelitian. Teknik pengumpulan data berdasarkan observasi, kuisioner, studi pustaka maupun wawancara yang dilakukan kepada informan yang dianggap mampu memberikan keterangan yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini dilakukan di objek wisata Kalianget mangunan subjek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah wisatawan yang membeli produk *bundling* di objek wisata Kalianget Mangunan berjumlah 30 responden.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sebagian besar konsumen atau wisatawan merespon positif atau baik terhadap seluruh variabel yang diteliti yaitu *product, price, place, promotion* dari produk *bundling* yang dilakukan oleh objek wisata kalianget mangunan . Namun ada beberapa yang tidak disetujui oleh responden dengan kata lain merespon negatif yaitu mengenai banyak pilihan *bundling*, wisatawan mudah mendapatkan produk wisata, promosi secara *offlinedan* promosi sesuai dengan segmen wisatawan.

Kata kunci: Respon wisatawan, *Bundling, product, price, place, promotion*, Kalianget Mangunan, Strategi Pemasraan, Bauran Pemasaran.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan, khususnya sebagai penghasil devisa negara disamping faktor migas. sebagai sumber devisa pariwisata menyimpan potensi yang sangat besar dan diperkirakan memiliki prospek yang cerah.

Perkembangan suatu daerah sangat di tentukan oleh potensi andalan dan unggulan yang dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan asli daerah(PAD). Pengembangan diharapkan memiliki *multiplier effect* yang besar bagi suatu daerah. Adanya otonomi daerah, secara formal terjadi pelimpahan wewenang kekuasaan dari pemerintah pusat terhadap pemerintah kabupaten/ kota sebagai unit otonomi untuk mengelola daerahnya sendiri termasuk didalamnya sektor pariwisata. Hal ini merupakan stimulus dan kesempatan bagi daerah untuk menggarap pariwisata dengan optimum sebagai sektor yang unggul sehingga dapat tercipta kemandirian daerah.

Kesempatan tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai objek pariwisata yang dapat menarik minat kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara. Wisatawan yang datang berkunjung merupakan sumber devisa negara yang dapat meningkatkan pendapatan negara dan masyarakat lokal. Berdasarkan UU No. 22 tahun 1999 mengenai pemberlakuan Otonomi Daerah, dengan ini Pemerintah Daerah bertanggungjawab untuk mengembangkan dan mengelola segala potensi yang ada di daerahnya masing – masing. Beberapa provinsi gencar mempromosikan objek pariwisata yang ada di daerahnya. Hal ini secara langsung dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan, meningkatkan pendapatan daerah, mengembangkan usaha kecil di daerahnya masing – masing serta meningkatkan lapangan kerja.

Kabupaten Banjarnegara merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang termasuk dalam kawasan wisata yang terkenal dengan aset wisata alam, wisata budaya dan buatan manusia, salah satunya yaitu Objek Wisata pemandian air panas yang terletak di salah satu Kecamatan yaitu Kecamatan Kalibening.

Kecamatan Kalibening memiliki potensi pariwisata yang sangat menonjol karena potensinya tersebut maka dikembangkan salah satu objek wisata yaitu objek wisata Kalianget Mangunan.

Kalianget Mangunan merupakan wisata alam yang memiliki pemandian air panas. Pemandian air panas tersebut adalah milik perhutani dan dikelola oleh LMDH, terletak di sebelah selatan dari Kecamatan

Kalibening Kabupaten Banjarnegara tepatnya di area perhutani Kalibening. Wisata alam ini juga menyajikan pemandangan hutan pinus, lembah gunung, dan aliran sungai diarea lembah pemandian selain itu juga menambahkan *accoustic* di malam hari pada waktu tertentu untuk daya tarik tambahan. Wisata alam ini sudah ada sejak lama tetapi pengembangan gencar-gencarnya baru di lakukan pada tahun 2018. Keunikan dari objek wisata kalianget sendiri yaitu mata air panas atau pemandian air panas dikelilingi gunung dan terdapat aliran sungai dibawahnya serta hutan pinus yang mengelilinginya.

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2018-2020

Tahun	Jumlah kunjungan
2018	11.246
2019	31.628
2020(februari)	4.607

(sumber: Laporan Pendapatan Wisata Alam kalianget KPH Banyumas Timur tahun 2020).

Sebagai objek wisata yang sangat baru dikembangkan maka pemasaran sangat penting dan perlu dilakukan untuk menunjang pengelola dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan sehingga jumlah kunjungan wisatawan di objek wisata Kalianget akan terus meningkat. Kegiatan pemasaran merupakan suatu kegiatan yang inti bagi suatu perusahaan dimana semakin berkembangnya perekonomian suatu negara selalu diiringi dengan perkembangan perusahaan. Pemasaran dalam perusahaan merupakan hal utama untuk memperoleh atau meningkatkan

nilai penjualan dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan yaitu mengembangkan usahanya agar memperoleh laba yang maksimal dan mencapai kepuasan dari konsumennya sehingga dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan seluruh usaha pemasaran secara umum adalah untuk meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan keuntungan dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar, oleh karena itu perlu dilakukan strategi pemasaran sebaik mungkin agar dapat meraih keuntungan yang maksimal.

Melihat perkembangan dan tingkat persaingan yang semakin pesat dalam industri pariwisata membuat para pengelola pariwisata dituntut untuk berinovasi dalam strategi persaingan. Pengelola Objek Wisata Kalianget Mangunan menggunakan strategi *bundling* untuk menggabungkan beberapa produknya. *Bundling* paket tersebut salah satunya berupa event *campinus* yang didalamnya menggabungkan *accoustic music* pada malam hari dan pada pagi harinya wisatawan bisa menikmati permandian air panas. Rundwon acara event tersebut meliputi welcome party, *ishoma*, *accoustic night*, hunting foto landscape, senam pagi, breakfast, musik pagi, musik siang, *farawell party* dan lain-lain.

Produk *Bundling* menurut Wilson dalam Vankatesh dan Mahajan (2009:232) merupakan strategi marketing dua atau lebih produk atau pelayanan sebagai sebuah paket harga sebagai bentuk dari harga non linier. Hal tersebut diperkuat pendapat dari Arga (2008:10), dimana

bundling adalah sebuah strategi pemasaran yang melibatkan penawaran dua produk atau lebih untuk dijual sebagai satu kesatuan unit jual. Biasanya, suatu harga yang diberikan dalam satu paket produk hasil *bundling* atau kombinasi akan mempunyai harga lebih murah dibandingkan harga per satuan produk apabila konsumen akan membelinya dengan cara satuan atau dibeli terpisah. Perusahaan menerapkan produk *bundling* dalam memasarkan produknya adalah untuk memberikan sebuah daya tarik yang lebih terhadap pembeli atau pelanggan sehingga dapat memacu dan terus meningkatkan volume penjualan produk perusahaan tersebut secara keseluruhan. Berhasil tidaknya strategi *bundling* ini tidak hanya ditentukan oleh produsen, namun juga oleh konsumen, bagaimana pandangan dari sisi konsumen, apakah dengan product *bundling* yang di tawarkan akan menambah benefit yakni dilihat dari segi fungsionalitas dan makna simbolis yang dikandungnya atau malah menguranginya karena biaya yang lebih besar.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana tanggapan wisatawan terhadap *bundling* yang diterapkan oleh objek wisata klianget mangunan dalam memasarkan produknya , yang berjudul **"ANALISIS RESPON WISATAWAN TERHADAP PRODUK *BUNDLING* DI OBJEK WISATA KLIANGET MANGUNAN KAB. BANJARNEGARA"**.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana respon wisatawan terhadap produk *bundling* yang dilakukan objek wisata Kalianget Mangunan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respon wisatawan terhadap produk *bundling* yang dilakukan objek wisata Kalianget Mangunan.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah daftar kepustakaan, bahan referensi, wawasan, dan informasi bagi STP AMPTA Yogyakarta dan rekan-rekan mahasiswa untuk memperdalam pengetahuan mengenai strategi pemasaran.

2. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran dan juga untuk penerapan pengetahuan ilmu teoritis yang di dapatkan selama bangku perkuliahan.

3. Bagi Objek Wisata Kalianget Mangunan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran di objek wisata Kalianget Mangunan.