

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan peneliti selama melakukan penelitian di objek wisata Kalianget Mangunan Kab. Banjarnegara mengenai Respon wisatawan terhadap produk *bundling* dengan menggunakan variabel bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion* maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Produk (*Product*) objek wisata Kalianget Mangunan di respon cukup baik oleh wisatawan, terbukti dengan data wisatawan lebih dari 50% menyatakan setuju terhadap kuisioner yang di ajukan oleh peneliti dan hasil wawancara menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas dengan produk yang dibeli. Namun terdapat indikator yang tidak di setuju oleh wisatawan dengan kata lain wisatawan merespon negatif yaitu dalam pilihan produk masih sangat terbatas hanya tersedia dua produk yang di jual secara *bundling* yaitu *campinuscoustic* dan tiket masuk yang di gabungkan dengan tiket kolam.
2. Mengenai harga (*price*) hampir 100% wisatawan menyatakan setuju bahwa harga yang dibandrol sangat terjangkau, sesuai dengan kualitas yang didapatkan serta wisatawan lebih menghemat uang dengan membeli produk dalam bentuk *bundling* atau paket.

3. Tempat (Place) aksesibilitas menuju objek wisata Kalianget mangunan sudah baik, tempat strategis dan sarana prasarana sesuai dengan produk yang ditawarkan. Hanya saja tidak tersedianya petunjuk-petunjuk jalan menuju objek wisata dan paket wisata Kalianget Mangunan tidak dijual melalui saluran distribusi .
4. Promosi yang dilakukan sudah informatif dan menarik promosi *online* yang dilakukan di respon baik oleh wisatawan dan berhasil membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung tetapi promosi *offline* tidak dilakukan sama sekali. Berdasarkan data yang diperoleh target pasar terbanyak adalah wisatawan remaja . Promosi sangat berpengaruh terhadap tingkat kunjungan wisatawan jika promosi gencar dilakukan maka tingkat kunjungan wisatawan akan bertambah.

B. Saran

Sebagai rekomendasi dari peneliti, agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengelola objek wisata Kalianget Mangunan dan peneliti selanjutnya. Objek wisata Kalianget Mangunan merupakan daya tarik wisata berbasis atraksi wisata alam. Ada beberapa rekomendasi yang dapat disimpulkan penulis adalah sebagai berikut:

1. Pihak Pengelola objek wisata Kalianget Mangunan perlu mengembangkan potensi-potensi yang ada dan menciptakan inovasi produk wisata yang berbeda dengan objek wisata lain.
2. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti segmen terbanyak adalah wisatawan remaja untuk itu pengelola perlu mengemas produknya dan mempromosikan sesuai target pasar remaja.
3. Membuat paket yang terkoneksi dengan kawasan wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.
4. Pengelola menjaga kualitas dan pelayanan dengan baik, kualitas produk wisata dan pelayanan yang terjaga secara konsisten membuat wisatawan merasa puas atas produk dan pelayanan yang didapat sehingga wisatawan tertarik untuk datang kembali.
5. Melakukan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan dengan cara pengadaan buku saran atau kotak saran bagi wisatawan yang berkunjung untuk memberi

kritik dan saran atas produk wisata dan pelayanan yang diberikan.

6. Melakukan promosi *offline* dengan membuat brosur, bekerja sama dengan Dinas Pariwisata, Dinas Pendidikan, agent tour dan pengadaan event yang bertujuan membangun citra sehingga dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung.
7. Membuat paket wisata dengan harga yang menarik misalnya pemberian potongan atau diskon dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.
8. Kegiatan promosi dilakukan secara berkala karena wisatawan membutuhkan informasi yang *up to date*. Informasi yang *up to date* dapat memudahkan calon wisatawan untuk mengakses informasi terkait objek wisata Kalianget mangunan sehingga wisatwan akan tertarik untuk berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Amstrong, Gary dan Philip Kotler. 1997. *Dasar – Dasar Pemasaran Jilid I Alih Bahasa*: Alexander Sindoro. Jakarta: Prenhallindo.
- Arikuntoro. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- FreddyRangkuti.2004.*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.Jakarta:PT. Gramedia Pustaka utama.
- Kartono.2014.*Patologi Sosial*.Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Jakarta: Indeks.
- M. Liga Suryadana dan Vaanny Octavia.2015.*Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: ALFABETA
- Moleong, Lexy J. (2005).*Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Orlong Effendy.1984.*Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- SaifudinAzwar.2015.*Sikap Manusia Teori Dan Penerapannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Soekadijo, R.G.2000.*Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata Sebagai “Systematic Linkage”*. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sofjan Assauri. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Sondang p.siagan.(2001).*Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta:Bumi aksara.
- Stremerch dan Tellis.2002.*Responsible marketing*. Lulu.com

- Sugiarto, Endar., Kusmayadi. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R &D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Sumarni, Murti dan Jhon Soeprihanto.2010.*Pengantar Bisnis*.Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty.
- Sutopo. 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Sebelas Maret University Press.
- Victor TC Middleton dan Jackie Clarke.2001.*Marketing in Travel and Tourism*.edisi berilustrasi,cetak ulang. London:Routledge.
- Yoeti, Oka A. 1995. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Angkasa.

B. Skripsi dan jurnal

- Aida sari, F Denisa Rusli.2009.*Analisis Persepsi Pembelian product bundling sellular phone merek esia di Bandar Lampung*.Jurnal Bisnis & Manajemen.Vol.5.No.2,hlm.107.
- Anggi Anugrah Putri, Sampurno Wibowo. 2017. *Pengaruh Strategi Bundling Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Bee Ootbound Bogor)*. e-Proceeding of Applied Science : Vol.3 No.2, hlm. 205-212.
- Arifin, S., Suharyono dan Wilopo. 2010. *Pengaruh Perceived Price dan Perceived Value pada Produk Bundling terhadap Minat Beli* Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang.
- Bebby Setiani.2011.*Analisis Daya Tarik Pembelian Produk Bundling Handphone Nexian Di Kota Padang*.Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.Padang.
- Dedi Mulyadi, dkk. 2012. *Analisis Strategi Pemasaran jasa Lembaga Non Bank Pada PT Oto Multiartha Karawang*. Jurnal Manajemen.Vol. 09 No. Hlm. 590-591.
- Didi Junaedi, dkk.2016.*Sikap Konsumen Terhadap Produk Bundling Agribisnis*.Jurnal Ekonomi Manajemen.Vol.08,No 1.

Ilsano Mardnel. 2013. Presepsi Konsumen Terhadap Strategi Bundling KFC Dengan Album Musik. Skripsi fakultas ilmu komunikasi, Telkom University. Bandung

Indra Wijaya, Sri Setyo Iriani. 2013. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 1 No 3 hlm. 911.

Junerin, Trisua. 2015. *Studi Tentang Tanggapan Wisatawan Terhadap Brand Image Malioboro Paska Kepadatan Lalu Lintas*. Skripsi S1 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA. Yogyakarta.

Yesianidia Lorenza. 2019. Analisis Respon Wisatawan Terhadap Group Akustik di Titik Nol Kilometer Yogyakarta. Skripsi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA. Yogyakarta.

C. Undang undang

Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Undang – Undang Republik Indonesia No. 22 Tahun 1999 Tentang Pemberlakuan Otonomi Daerah.

D. Internet

https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Banjarnegara diakses tanggal 6 Maret 2019.

<http://kaliangetmangunan.blogspot.com/> diakses tanggal 6 Maret 2019.

<http://repository.uin-suska.ac.id/4181/3/BAB%20II.pdf> diakses tanggal 6 Maret 2019.



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 0836/Q.AMPTA/2020 23 Januari 2020
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Pengelola Objek Wisata Kalianget Mangunan
Desa Mangunan, Kecamatan Kalibening
Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Objek Wisata Kalianget Mangunan Banjarnegara selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 27 Januari 2020 sampai dengan tanggal 26 Februari 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Indah Budi Lestari
No. Induk Mahasiswa : 516100645
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

Analisis Respon Wisatawan Terhadap Produk Bundling Di Objek Wisata Kalianget Mangunan Kab. Banjarnegara. (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,


Drs. Arifhatno, M.M



**POKJA WISATA KALIANGET MANGUNAN
DESA KALIBENING**

Sekretariat : Jl. Kalibening Gripiit Desa Mangunan kecamatan Kalibening Kab. Banjarnegara kode pos: 53458 tlp: 082324100268

No : 19 / SK / Kalianget Mangunan / 2020
Lampiran : -
Hal : Surat keterangan penelitian

Banjarnegara, 25 Februari 2020
Kepada Yth,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
AMTA Yogyakarta
Di Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan surat dari ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMTA Yogyakarta, Nomor : 0836
AMTA/1/2020, perihal permohonan penelitian maka bersama ini kami sampaikan :

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nama Mahasiswa : Indah Budi Lestari

NIM : 516100645

Telah melaksanakan penelitian di Objek Wisata Kalianget Mangunan, terhitung mulai tanggal 27 Januari 2020 s/d 22 Februari 2020 guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka menyusun laporan penelitian yang berjudul :

“ANALISIS RESPON WISATAWAN TERHADAP PRODUK *BUNDLING* DI OBJEK WISATA KALIANGET MANGUNAN”. Dan dinyatakan selesai dengan baik.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Terimakasih.



LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : INDAH BUDI LESTARI
 NO. MAHASISWA : 516100645
 JUDUL PENELITIAN : ANALISIS RESPON WISATAMAN

TEMHADAP PRODUK BUNDLING DI OBJEK
 WISATA KALIANGET MANGUNAN KAB. BANJARNE
 GARA

NAMA PEMBIMBING I : SUDI HERMAWAN, DR.S, MM

NAMA PEMBIMBING II : YUDI SETIADI, S.H, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	8/1/20	- Pengertian kalimat.	
		- Kutipan wawancara	
		- Kutipan gambar, foto	
		- Fokus foto belah ketupat	
		- Krayon pemukiman	
	19/1/20	- Kerangka penulisan	
		- Penulisan teori	
		- teori strategi	
	17/1/20	- Penerapan strategi	
		- Signa di Bundling	
	21/1/20	- Customer	
		- Signa T	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	9/1/20	- Pemulaan nama	
		- urut	
		- Janak Spes	
		- Kutipan	
		- Defta Reka	
2.	23/1/20	- Hotel Konvensional	
		- Landasan Teori	
		- Signa dan	
		- Produk Jasa	
3.	21/1	Ac	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING I: Mrs. Budi Herawan, MM

NAMA MAHASISWA: INDAH BUDI LESTARI
 NO. MAHASISWA : 516100645
 JUDUL PENELITIAN : ANALISIS RESPON WISATAMAN TERHADAP

PROPIE BUNGLING DI OBJEK WISATA
KALANGET MANGUNAN KAB. BANJAR NEGARA
 NAMA PEMBIMBING II: YUDI SETIJI, ST,MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	24/12	Populace	
	10/1/20	- Metode logi - - mnta	
		- Rancangan data - Penelitian	
	13/1/20	- Analisa peruli - formal uisale	
		- Data Rignlca	
		Distribusi Prelensi:	
	17/1/20	- Rancangan data - Distribusi Prg.	
		- Kumpulan 2 Graf	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
4	19/1/24	- Mnta	
5	21/1/20	- Abnace - Penulisan no BUBI	
6	30/1/20	- Analisa Data - Kumpulan 2 - Sam.	
7	13/1/20	- Ace	

Pedoman Wawancara

Instrumen wawancara dengan Pengelola Objek Wisata Kalianget
Mangunan :

Pertanyaan umum

1. Bagaimana asal mula di bukanya objek wisata kalianget mangunan?

Latar belakangnya yang jelas saya diamanati sebagai ketua Bumdes nah tugasnya itu yang pertama untuk memetakan dan menggali potensi yang ada yang kedua membekali SDM supaya mereka sedikit banyaknya mengerti potensi yang ada disini terus memfasilitasi supaya SDA dan SDM terintrigasi. Kita punya legenda dari zaman dahulu bahkan sebelum merdeka kalianget ini sudah ada dan sudah digunakan masyarakat setempat untuk mandi jadi basicnya sudah kebutuhan walaupun dulu masih semak belukar, nah lalu kita bersihkan kita tata sedemikian rupa kita fasilitasi kita carikan SDM. Awalnya seluruh penduduk desa setiap Kknya mengirimkan satu anggota untuk ikut bergotong royong karena mereka yang paling dekat dan otomatis mereka yang mendapat keuntungan yang paling utama. Nah setelah itu awal pertamanya kita di bantu oleh Dinas Lingkungan Hidup untuk fasilitas mandi setelah tertata kita buat perencanaan lalu Desa memberikan pinjaman untuk pembangunan. Pembangunan pertama itu kita bikin kolam rendam setelah kolam rendam jadi

pendapatan meningkat sekitar 70% nah dari situlah Desa lebih semangat lagi untuk membangun fasilitas-fasilitas.

2. Sejak kapan objek wisata kaliangnet mangunan di buka untuk pengunjung?

Kalo dibukanya sudah lama sekali tetapi kalo pengelolaan secara profesional ya baru diawal 2018.

3. Bagaimana pengelolaan di objek wisata kaliangnet mangunan ?

Untuk pengelolaan kita ada beberapa tim, tim yang pertama yaitu sering kita sebut kementrian dalam negeri itu yang bertanggung jawab dengan semua yang ada dilapangan kebersihan keamanan dan yang lainnya yang kedua itu kementrian luar negeri itu yang harusnya menyambut tamu kaya kalian ini mempromosikan membuat festival sewa tempat itu tugasnya, kemudia ada tim pemikir itu seperti saya tugasnya itu untuk memikirkan bagaimana pengembangan atau perencanaan jangka pendek jangka menengah dan jangka panjang akan dibangun seperti apa keuangannya dari mana pembukuannya bagaimana itu urusan saya nah yang terakhir itu dari Perhutani karena mereka pemilih tanah ini maka mereka berkewajiban untuk mengurus segala macam perijinan.

4. Bagaimana struktur organisasinya?

Struktur organisasinya ada direktur utama kemudian sekertaris, bendahara, manager unit, teknis lapangan, operator.

5. Bagaimana kunjungan wisatawannya?

Untuk tingkat kunjungan wisatawan 2 tahun ini terus meningkat.

6. Apa saja atraksi yang ada di objek wisata kaliangnet mangunan?

Atraksi wisatanya memang belum banyak memang platfomnya belum jadi belum sempurna jadi ketika kita mau bikin outbound safetynya belum terpenuhi. Untuk saat ini ya hanya kaliangnet, kolam rendam, sama wahana permainan anak.

7. Siapa target pasar objek wisata kaliangnet mangunan?

Untuk target pasarnya kita masih menyeluruh, target pasar dari kab. Banjarnegara dan kab. Pekalongan Cuma menurut sensus pribadi kita 80% wisatawan dari kab. Pekalongan.

8. Sejauh ini strategi pemasaran apa saja yang sudah dilakukan oleh Pengelola untuk meningkatkan penjualan produk ?

Sejauh ini pemasarannya masih organik jadi kita pemasaran medsos aja masih perintisan belum yang besar besaran yang kita sponsori. Itu kita baru memberikan informasi bahwa kita itu ada.

9. Apa yang paling menarik dari objek wisata kaliangnet mangunan sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung ? Kemudian kegiatan apa yang paling banyak diminati oleh wisatawan ?

Air hangatnya karena legendanya emang itu, kita punya air hangat yang berbeda dari tempat lain.

10. Bagaimana cara wisatawan memberikan kritik dan saran.

Untuk wisatawan yang akan memberikan kritik dan saran kita ada contat person.

Product

1. Apa tujuan menggunakan *bundling*?

Kalo tujuannya menggunakan bundling jelas untuk menambahkan trafic, menambahkan kunjungan.

2. Apakah dengan menggunakan strategi *bundling* dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan?

Jelas mengguntungkan ya win-win solution ruginya kita membutuhkan pembukuan tersendiri, folder dompet juga . kalo keuntungannya untuk promosi itu lebih cepat dan untuk pengunjung mereka bisa mendapatkan harga yang relatif lebih murah.

3. Apa jenis *bundling* yang di lakukan di objek wisata kalianget mangunan?*Mixed bundling*

4. Apa saja produk yang di *bundling*?

Produk yang di bundling itu kalianget itu sendiri, kolam rendam, camping, accoustic, makan, souvenir iti kita jadikan menjadi satu. Jadi untuk wahana ya kita baru punya kolam rendam itu sendiri, tetapi untuk kedepannya kita akan merintis sungai agar bersih dari sampah lalu kita kasih benih ikan untuk konservasi nantinya ada susur sungai, rafting, dan segala macamnya terus nanti kita mulai tanam bunga lalu kita gali potensi yang ada disini nantinya kita kaliberasikan kita

bekerja sama dengan Dieng yang memang sudah dikenal banyak orang nanti kita pake membership untuk seluruh wisata yang ada disini dan tentu akan lebih murah itulah nanti kita bisa sebut bundling secara profesional. Jadi nanti mungkin disampaikan untuk kedepannya bundlingnya memang seperti itu tapi untuk saat ini belum layak dibicarakan secara profesional, platform kita belum sempurna istilahnya mobil kita belum siap untuk jalan tetapi sudah dipaksa untuk mencari uang.

5. Wisatawan lebih suka membeli produk *bundling* atau membeli secara terpisah-pisah?

Lebih banyak yang membeli bundling tapi kita juga tidak melarang kalo wisatawan akan membeli secara terpisah.

6. Produk *bundling* apa yang paling di sukai wisatawan atau paling laku terjual?

Semuanya laku terjual karena memang adanya ya cuma itu aja. Kita sebenarnya belum siap untuk dilahirkan jadi ya masih apa adanya.

Price

1. Bagaimana dalam menetapkan harga produk dalam paket atau *bundling*?

Untuk penetapan harga itu tergantung dengan biaya produksi atau pembuatan, biaya operasional dan traffic yang sudah terekam nanti kita kaliberasikan menjadi harga.

2. Apakah harga produk dalam paket atau *bundling* yang ditetapkan sesuai dengan kualitas yang di dapatkan oleh wisatawan?

Kita menentukan harga itu sudah sesuai dengan apa yang didapatkan.

3. Apakah dengan menggunakan strategi *bundling* lebih menguntungkan?

Jelas menguntungkan

Place

1. Bagaimana aksesibilitas menuju objek wisata kaliangget mangunan?

Aksesibilitasnya alhamdulillah sudah baik sudah mendukung bagus semua, Cuma kendalanya di rambu-rambu atau petunjuk jalan sama kita belum bisa share lok atau map karena disini jaringannya susah.

2. Apakah sarana dan prasarana yang di sediakan sesuai dengan produk yang di tawarkan?

Sudah lebih dari cukup dengan harga yang begitu murah.

3. Apakah sudah melakukan kerjasama dengan pihak lain dalam memasarkan produknya?

Kalo untuk memasarkan belum ada kerja sama rencananya nanti kalo memang sudah siap semua. Padahal kita masuk 5 besar dari 30 wisata KPH Banyumas timur tapi memang kita belum ready .

Promotion

1. Apa promosi yang di lakukan untuk memasarkan produk dalam paket atau *bundling*?

Promosi baru online media sosial yaitu instagram dan facebook.

2. Apakah sudah melakukan kerjasama dengan pihak lain untuk mempromosikan?

Belum sama sekali, kita sudah di undang Dinas pariwisata tetapi memang kita masih merendah karena memang belum siap.

3. Siapa target pasarnya?

Target pasarnya masih menyeluruh tapi kebanyakan 60% remaja dan sisanya keluarga.

Instrumen wawancara dengan Wisatawan Objek Wisata Kalianget
Mangunan :

Umum

1. Darimana Anda tahu tentang objek wisata kalianget mangunan?
 - a. Responden 1 : kebetulan orang sini jadi tau kalianget
 - b. Responden 2 : dari teman dan pernah liat di facebook juga
 - c. Responden 3 : dari sosial media instagram
2. Sudah berapa kali Anda berkunjung ke objek wisata kalianget mangunan ?
 - a. Responden 1 : lebih dari 3x
 - b. Responden 2 : baru 1x
 - c. Responden 3 : 2x
3. Kenapa tertarik berkunjung objek wisata kalianget mangunan ?
 - a. Responden 1 : karena kalianget mangunan mempunyai atraksi wisata pemandian air hangat yang menarik, dan pengembangan disini menurut saya juga sudah bagus selain itu pemandangannya juga keren banget.
 - b. Responden 2 : karena yang pertama memang tertarik sama air hangatnya, pemandangannya bagus, udaranya sejuk masih alami jadi enak.
 - c. Responden 3 : karena enak suasananya di bandingkan di kota
4. Bagaimana fasilitas yang ada di objek wisata kalianget mangunan?

- a. Responden 1 : fasilitasnya disini cukup bagus apalagi ditambah fasilitas fasilitas seperti spot foto, gazebo dan lainnya.
 - b. Responden 2 : fasilitasnya cukup lengkap ada mushola, toilet, dan lainnya jadi sangat membantu wisatawan
 - c. Responden 3 : fasilitasnya menurut saya sendiri sudah lengkap cukup memadai
5. Bagaimana mengenai kebersihan di objek wisata kaliangnet mangunan?
- a. Responden 1 : kebersihannya disini juga bagus namun jumlah tempat sampahnya yang disediakan masih kurang.
 - b. Responden 2 : untuk kebersihannya menurut saya cukup
 - c. Responden 3 : kebersihannya cukup baik terjaga
6. Bagaimana cara anda dalam memberikan kritik dan saran?
- a. Rsponden 1 : langsung ke pengelola
 - b. Responden 2 : langsung saja
 - c. Responden 3 : Melalui dm instagram

Product

1. Apakah produk wisata yang di tawarkan dalam paket atau *bundling* sesuai dengan kebutuhan anda?
 - a. Responden 1 : ya sudah sesuai

- b. Responden 2 : sudah sesuai dengan kebutuhan saya untuk berkunjung ke kalianget menikmati udara segar pemandangan yang sangat alami
 - c. Responden 3 : ya sudah sesuai
2. Anda lebih senang membeli produk yang sudah di *bundling* atau membeli produk secara terpisah-pisah?
- a. Responden 1 : lebih suka yang sudah di bundling sih karena lebih murah
 - b. Responden 2 : lebih suka yang paket karena lebih murah
 - c. Responden 3 : membeli yang sudah di bundling karena lebih hemat lebih simple
3. Apakah dengan membeli produk yang sudah dipaketkan atau *bundling* memudahkan dalam memilih dan membelinya?
- a. Responden 1 : ya jelas
 - b. Responden 2 : iya jadi lebih gampang membelinya
 - c. Responden 3 : tentu memudahkan
4. Mengapa tertarik membeli produk *bundling*?
- a. Responden 1 : karena dengan membeli product bundling saya rasa lebih simple
 - b. Responden 2 : lebih murah dibandingkan dengan harga satuan
 - c. Responden 3 : lebih terjangkau harganya

Price

1. Apakah dengan membeli produk dalam paket atau *bundling* lebih menghemat harga atau sebaliknya?
 - a. Responden 1 : menurut saya lebih baik yang sudah di *bundling* karena dengan membeli paket bisa dikatakan lebih hemat dan efektif, karena kalo beli terpisah harganya jauh lebih mahal.
 - b. Responden 2 : iya lebih menghemat karena lebih murah
 - c. Responden 3 : lebih menghemat
2. Bagaimana dengan harga produk *bundling* di kalianget mangunan?
 - a. Responden 1 : harganya si cukup terjangkau
 - b. Responden 2 : harganya sangat murah diabnding dengan objek wisata lain yang pernah saya kunjungi
 - c. Responden 3 :terjangkau untuk kalangan pelajar atau mahasiswa seperti saya
3. Apakah harga *bundling*sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang di dapatkan?
 - a. Responden 1 : menurut saya sudah sesuai apalagi kalau mengambil paket kualitas produk dan manfaatnya sesuai dengan keinginan.
 - b. Responden 2 : dengan harga yang tergolong sangat murah tetapi sesuai dengan manfaat yang didapatkan

c. Responden 3 : iya sesuai

Place

1. Bagaimana dengan aksesibilitas menuju objek wisata kalianget mangunan?

a. Responden 1 : aksesnya sudah bagus semua jalan sudah halus

b. Responden 2 : aksesnya sudah bagus ya walaupun jalannya naik turun tapi keadaan aspal yang bagus sudah sangat memudahkan

c. Responden 3 : aksesnya cukup baik jalan sudah bagus tapi jauh

2. Apakah sarana dan prasarana sesuai dengan produk yang di tawarkan?

a. Responden 1 : saya rasa untuk sarana dan prasarana sudah cukup

b. Responden 2 : sudah cukup

c. Responden 3 : sesuai

3. Apakah anda bisa membeli produk wisata di agen tour?

a. Responden 1 : sejauh ini belum menemukan di agent

b. Responden 2 : belum pernah

c. Responden 3 : belum bisa

Promotion

1. Bagaimana menurut anda dengan promosi produk *bundling* yang di lakukan oleh objek wisata kalianget mangunan?
 - a. Responden 1 : menurut saya sudah cukup baik tetapi alangkah baiknya jika dilakukan lebih gencar dan membuat website khusus
 - b. Responden 2 : cukup
 - c. Responden 3 : cukup baik
2. apakah promosi yang di lakukan sudah informatif?
 - a. Responden 1 : sudah
 - b. Responden 2 : sudah
 - c. Responden 3 : sudah
3. Apakah anda mendapatkan informasi melalui media *online*?
 - a. Responden 1 : ya melalui instagram
 - b. Responden 2 : facebook
 - c. Responden 3 : iya melalui instagram dan facebook
4. Apakah anda mendaptakan informasi melalui media *offline*?
 - a. Responden 1 : tidak
 - b. Responden 2 : ya
 - c. Responden 3 : ya

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Wisatawan Objek Wisata Kalianget Mangunan

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan skripsi yang sedang peneliti lakukan diJurusan Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, maka peneliti melakukan penelitian berjudul “**Analisis Respon Wisatawan Terhadap Produk Bundling di Objek Wisata Kalianget Mangunan Kab. Banjarnegara**”, oleh karena itu Peneliti memohon bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i mengisi angket guna memperoleh data dengan judul tersebut. Jawaban Bapak/Ibu, Saudara/i akan sangat membantu keberhasilan penelitian yang di lakukan. Besar harapan Peneliti, Bapak/Ibu, Saudara/i dapat memberikan jawaban yang sebenarnya, sehingga jawaban tersebut dapat digunakan untuk menganalisis data yang tepat dan objektif.

Demikian surat permohonan ini dibuat, atas kesediaan dan bantuan serta partisipasinya Peneliti ucapkan terimakasih.

Peneliti

INDAH BUDI LESTARI

No. MHS 5161006

DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN

Data Responden

Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

Usia : tahun

Pekerjaan :

Frekuensi Kunjungan : Pertama
 2 – 3 kali
 Lebih dari 3 kali

Waktu Kunjungan : Pagi (08.00 – 11.59)
 Siang (12.00 – 17.00)
 Malam (campinus)

Hari Kunjungan : *Week day* (Senin – Jumat)
 Week end (Sabtu – Minggu)

Pertanyaan Penelitian

Petunjuk : Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Saudara/I mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Produk (Product)

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Banyak pilihan paket produk wisata atau <i>bundling</i> yang beragam dan menarik di objek wisata kalianget mangunan.				
2	Fasilitas memadai bagi wisatawan yang berkunjung.				
3	Paket wisata atau produk yang di <i>bundling</i> memuaskan dan layak untuk dikunjungi kembali.				
4	Paket wisata atau produk <i>bundling</i> sesuai dengan kebutuhan wisatawan.				
5	Produk yang dipaketkan (<i>bundling</i>) menarik.				
6	Paket wisata atau produk <i>bundling</i> memudahkan wisatawan dalam membeli/ memilih produk wisata yang akan di beli.				

2. Harga (Price)

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Harga paket atau produk <i>bundling</i> terjangkau.				
2	Harga paket atau produk <i>bundling</i> sesuai dengan kualitas yang didapatkan.				
3	Harga paket atau produk <i>bundling</i> sesuai dengan manfaat.				
4	Wisatawan menghemat uang dengan membeli produk dalam paket atau <i>bundling</i>				

3. Tempat (Place)

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Aksesibilitas memadai dan strategis.				
2	Wisatawan mudah mendapatkan produk wisata.				
3	Sarana dan prasarana sesuai dengan produk wisata yang ditawarkan.				

4. Promosi (Promotion)

No	Pernyataan	Respon			
		SS	S	TS	STS
1	Wisatawan mendapat informasi melalui media <i>online</i> .				
2	Promosi yang dilakukan oleh pengelola sudah menarik.				
3	Promosi dilakukan secara <i>online</i> .				
4	Promosi dilakukan secara <i>offline</i> .				
5	Promosi yang dilakukan informatif .				
6	Promosi yang dilakukan sesuai dengan segmen wisatawan .				



Wawancara dengan Pengelola Bapak Tony



Pembagian Kuisioner Wisatawan Pelajar



Foto bersama wisatawan



Foto Bersama Wisatawan Keluarga



Presentasi Proposal dengan Pengelola Bapak Huston



Pembagian Kuisisioner Kepada Wisatawan



Wawancara Wisatawan Saudara Nikel



Wawancara Wisatawan Bapak Supriyanto



Pembagian Kuisisioner Kepada Wisatawan Pelajar



Wawancara Wisatawan Saudara Novqi



Spot Foto