

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA BUMI
PERKEMAHAN BEDENGAN SELOREJO KABUPATEN
MALANG, JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan
Memperoleh gelar sarjana manajemen**



OLEH:

**KASANDRA SANORA PUTRI YANTI BILLI
NIM : 2020120044**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
FAKULTAS EKONOMI
MALANG
2024**

RINGKASAN

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui sejauh mana pengaruh lokasi, harga, dan pemasaran terhadap pilihan wisatawan untuk menginap di Bumi Perkemahan Wisata Bedengan Selorejo di Kabupaten Malang, Jawa Timur, baik seluruhnya maupun sebagian. Metode Cochran digunakan untuk menghitung 97 responden dalam penelitian kuantitatif ini yang mencakup data primer dan sekunder.

Uji koefisien determinasi (R^2), uji t, uji F, validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan regresi linier berganda semuanya dimasukkan dalam analisis data. Temuan regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor independen (lokasi, harga, dan pemasaran) memiliki pengaruh sebesar 19,6% terhadap pilihan wisatawan, dengan R^2 sebesar 0,196 dan koefisien regresi positif.

Setiap variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap pilihan wisatawan, berdasarkan hasil pengujian hipotesis parsial (uji t) ($t_{hitung} \geq t_{tabel}$, $p < 0,05$). Sementara itu, hasil uji F menunjukkan bahwa kombinasi pemasaran, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap pilihan wisatawan untuk mengunjungi Bumi Perkemahan Wisata Bedengan Selorejo ($F_{count} > F_{tabel}$, $p < 0,05$). Menurut penelitian ini, lokasi, harga, dan pemasaran suatu tempat mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan orang untuk berkunjung atau tidak.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Lokasi, Keputusan Berkunjung.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan potensi peningkatan PDB suatu negara, pariwisata kini menjadi salah satu bisnis dengan tingkat perkembangan tercepat di dunia. Meskipun industri pariwisata sedang berkembang dan diperlukan bagi masyarakat secara keseluruhan, hal ini merupakan fenomena menarik yang memerlukan pengelolaan yang hati-hati. Seseorang dapat mempengaruhi kuantitas dan kualitas pengunjung suatu situs dengan menyediakan fasilitas dan layanan kelas satu. Industri pariwisata, salah satu penggerak utama pembangunan, telah menunjukkan kinerjanya selama sepuluh tahun terakhir yang mendorong ekspansi ekonomi di negara ini. Sebagaimana tertuang dalam buku Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pariwisata (Sasmito dkk.2020).

Sebagai tambahan sumber pendapatan dalam negeri, Kabupaten Malang mengembangkan sejumlah objek wisata, salah satunya Wisata Alam Perkemahan Bedengan di Desa Selorejo, Kecamatan Dau. Saat berkemah di alam terbuka, para tamu dapat memanfaatkan berbagai keindahan alam di bumi perkemahan. Lokasi ini agak terpencil; untuk sampai kesana, Anda harus melewati lingkungan sekitar dan kebun buah-buahan. Keputusan pengunjung untuk berkunjung dipengaruhi oleh lokasi; semakin menyenangkan tempatnya, semakin tinggi kemungkinan kehadirannya. apabila suatu objek wisata mempunyai posisi yang baik, nyaman untuk berkendara, dan dikelilingi oleh prasarana yang mendukung pelayanan pariwisata. Area berkemah, flying fox, spa, hutan pinus, dan wisata panen jeruk

adalah beberapa daya tarik wisata utama lainnya. Sekalipun suatu objek wisata menyediakan fasilitas yang memadai atau bahkan harga tiket masuk yang terjangkau, objek wisata tersebut tidak akan menarik pengunjung jika pemasarannya tidak unik dan menarik.

Harga menurut Novitawati (2019:135) adalah keinginan suatu perusahaan untuk bertahan dalam usahanya dan dijadikan patokan oleh pembeli untuk membeli output. Oleh karena itu, faktor penentu utama kehadiran adalah harga. Melihat potensi Bumi Perkemahan Bedengan, terdapat beberapa strategi untuk mengembangkan pariwisata di sana, seperti menawarkan penawaran spesial, diskon, bahkan tempat yang memanfaatkan potensi wisata di kawasan tersebut dan mempengaruhi pilihan bulanan setiap pengunjung untuk hadir.

Minimnya media promosi (papan nama) di sepanjang pintu masuk Desa Selorejo menuju kawasan wisata Bedengan yang kerap menimbulkan kendala bagi sebagian wisatawan, menandakan perkembangan wisata Selorejo masih di bawah standar. Namun kenyataannya masih terdapat hambatan dalam mewujudkan potensi wisata Bumi Perkemahan Bedengan, seperti yang ditunjukkan oleh Putra dkk. (2020). Persoalan lain yang diangkat oleh Putra dkk. (2021) adalah pengelola masih kesulitan untuk berhasil mempromosikan wisata Bedengan karena kurangnya orang yang mengelola dan membuat materi promosi melalui internet, sehingga dapat meningkatkan jangkauan kampanye. Peneliti tertarik meneliti **“Pengaruh Promosi, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo Kabupaten Malang, Jawa Timur”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah iklan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk mengunjungi Wisata Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo di Kabupaten Malang Jawa Timur?
2. Apakah biaya Wisata Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo Kabupaten Malang Jawa Timur menjadi faktor dalam memilih untuk berkunjung?
3. Apakah pilihan pengunjung untuk mengunjungi Wisata Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo Kabupaten Malang Jawa Timur antara lain bergantung pada lokasinya?
4. Adakah pengaruh promosi, harga, dan lokasi secara simultan terhadap pilihan mengunjungi Wisata Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo di Kabupaten Malang Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian tersebut:

1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak kegiatan promosi terhadap pilihan wisatawan untuk mengunjungi Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo.
2. Untuk mengetahui dan menilai sejauh mana pengaruh harga terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo.
3. Untuk mengetahui dan menilai bagaimana pengaruh letak geografis terhadap keputusan mengunjungi Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo.

4. Tujuannya adalah untuk mengetahui dan menilai bagaimana harga, lokasi, dan pemasaran mempunyai pengaruh yang sama terhadap keputusan yang diambil Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut beberapa manfaat penelitian:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian di masa depan mengenai subjek terkait yang berkaitan dengan promosi, informasi harga, lokasi, dan pilihan kunjungan diharapkan dapat mengambil manfaat dari kontribusi dan referensi penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi pengelola wisata Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo. Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu industri wisata Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo mengetahui elemen apa saja yang mempengaruhi pilihan pengunjung untuk memanfaatkan jasa wisata. Dimungkinkan untuk meningkatkan aspek-aspek yang berpengaruh untuk meningkatkan pengunjung, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan mereka.
2. Pelanggan cerdas yang memenuhi kebutuhannya, khususnya di bidang jasa, diharapkan untuk mengunjungi Wisata Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo.
3. Pemerintah bermaksud untuk terus memperluas bisnis pariwisata dan mempromosikan perjalanan di media sosial dengan menggunakan temuan penelitian sebagai panduan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Pengunjung Bumi Perkemahan Bedengan dijadikan sebagai subjek penelitian.

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah promosi, harga, dan lokasi. Dan keputusan berkunjung merupakan variabel terikat (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, Eri (2017). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Bangunan Sabako Baru Mulia Di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Sri Indrapura*. Diss. Universitas Islam Riau.
- Anwar Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba. Empat.
- Aulia, Ananda Rizki, and Ai Lili Yuliaty (2019). "Pengaruh city branding "a land of harmony" terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung ke puncak, Kabupaten Bogor." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 3.3 : 67-75.
- Bachtiar, M. Latief (2016). "Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap Minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai kabupaten gunungkidul (studi pada mahasiswa strata 1 fakultas ekonomi Universitas negeri yogyakarta)." *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)* 5.1 : 40-49.
- Dewanto, Rizky Fajar (2022). "Pengaruh Digitalisasi dan Citra Destinasi Pariwisata Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung di Malang." *Jurnal Ilmu Ekonomi* 6.4: 537-552.
- Diantoro, Markus, et al (2022). "Program Peningkatan Pelayanan dan Papan Informasi Berbasis Energi Baru Terbarukan Pada Bumi Perkemahan Bedengan Selorejo." *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat (SINAPMAS)*.
- Ediyanto, Ediyanto (2023). "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Di Dealer Mega Sinar Bintang Besuki Situbondo." *Growth* 21.1: 176-193.
- Fatmalasari, Eka (2022). *Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Telaga Biru*. Diss. Iain Palopo.
- Fitriani, Dwi (2021). *Pengaruh Lokasi Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur*. Diss. IAIN Ponorogo.
- Ghozali, Imam, (2009), *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Vol.100-125.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hardina, Meyta Salsa, and Eka Sudarusman. (2021).. "Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisata Taman Sari di Yogyakarta." *Cakrawansa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2.1.

- Humaira, Aulian, and Lili Adi Wibowo (2016). "Analisis Faktor Elektronik Word Of Mouth (EWOM) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan." *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal* 6.2: 1049-1060.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller (2009). "Menejemen Pemasaran." *Penerbit: Erlangga. Jakarta.*
- Lebu, Christy FK, Silvy L. Mandey, and Rudy S. Wenas (2019). "Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7.4.
- Merliyana, Merliyana, et al (2021). "Pelatihan Fotografi Produk untuk Menambah Ketrampilan Berpromosi." *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan* 1.2: 96-103.
- Novitawati, Retno Ayu Dewi, Ari Mahfud, and Totok Sasongko (2019). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang." *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 7.2: 130-136.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET (ANDI).
- Putra, Andika Bagus Nur Rahma, et al (2020). "Peningkatan Sektor Promosi Wisata Area Perkemahan Bedengan Dengan Tourism Display-Gate Berteknologi Smart-Led Di Kecamatan Dau Kabupaten Malang." *Prosiding Hapemas* 1.1 : 235-244.
- Putra, Andika Bagus Nur Rahma (2021). "Peningkatan Serapan Kunjungan Turis Wisata Dengan Aplikasi E-Explanation Journey Berbasis Tourist Featurest Di Kawasan Bumi Perkemahan Bedengan Kabupaten Malang." *Jurnal Pengabdian, Pendidikan dan Teknologi* 2.2. : 68-75.
- Sahara, Nabila Iwan, and Fajar Adi Prakoso (2021). "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan)." *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)* 1.1.
- Santoso, Rudi, Rahayu Arya Shintawati, and Achmad Yanu Aliffianto (2019). "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur." *Jurnal MEBIS* 4.2: 1-14.

- Santoso, Rudi, and Achmad Yanu Aliffianto (2020). "Pengaruh marketing mix produk jasa terhadap keputusan berkunjung wisata bahari jawa timur." *JEBMI (Jurnal Ekonomi dan Manajemen)* 17.1: 69-79.
- Sari, Ita Purnama, Ratya Anindita, and Putri Budi Setyowati (2018). "Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) Terhadap Kepuasan Pelanggan Berubah Menjadi Loyalitas Pelanggan Pada Coldplay Juice Soji." *Habitat* 29.2: 57-64.
- Sasmito, C., Laka, Y. H., & Gunawan, C. I. (2020). *Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pariwisata*. IRDH Book Publisher.
- Setiyorini, Anis, and Naning Kristiyana (2019). "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, Word of Mouth, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong." *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 2.2: 12-17.
- Sirait, Sinta Maria (2022). "Lokasi Usaha, Harga, Promosi, Dan Keputusan Penggunaan Layanan." *Kindai* 18.3: 434-443.
- Sjahruddin, Herman, and Syaiful Akbar (2020). "Dampak Promosi, Harga, Dan Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian." *Jurnal Administrasi dan Manajemen* 10.2: 172-179.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suharlina, Suharlina (2023): "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan." *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 2.1 113-125.
- Tommy, Parengkuan, and Ivone S. Saerang (2014). "Struktur modal, ukuran perusahaan dan risiko perusahaan terhadap nilai perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2.2.
- Wahyuni, Sukma, and Nur Laily (2017). "Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung the Legend Waterpark." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.8.
- Walukow, Agnes Ligia Pratisitia, and Lisbeth Mananeke (2014). "Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2.3.

- Wardhani, Zalfa Millenia, and Suwitho Suwitho (2022). "Pengaruh Harga, Shopping Lifestyle, dan Promosi Terhadap Impulse Buying Pada Pembelian Online Shop (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA Surabaya)." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 11.7.
- Wijaya, Indra Kusuma, Slamet Muchsin, and Agus Zainal Abidin (2022): "Strategi Pengelolaan Wisata Buper Bedengan Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Oleh Perum Perhutani Kph Malang Dan Pengelola Wisata (Studi Kasus Wisata Buper Bedengan Desa Solorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang)." *Respon Publik* 16.7 34-41.
- Yogihati, Chusnana Insjaf, et al. (2021): "Perancangan Sistem Wahana Perkemahan Ramah dan Aman Sebagai Daya Tarik Wisatawan Bumi Perkemahan Bedengan." *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 1.2 102-107.