

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : Pengaruh Harga (X1), Produk (X2), Promosi (X3), Tempat (X4),
Bukti Fisik (X5) Terhadap Minat Pengunjung Ke Candi Cetho
Kabupaten Karanganyar

Nama : Wahyu Arianto
NIM : 12412935
Program studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 17 Desember 2016

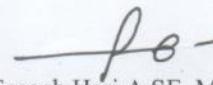
Pembimbing I



(Dra. Umi Farida, MM)

NIK : 19610110 199112 13

Pembimbing II



(Tegoeh Hari A, SE, MM)

NIK: 19671005 199509 14

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)

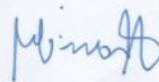
NIK: 19630505 199001 11

Dosen penguji



(Dra. Umi Farida, MM)

NIK : 19610110 199112 13



(Siti Chamidah SE, M.Si)

NIK : 19710519 201401 11



(Drs. Ec Purwanto, MM)

NIK : 19531024 199309 14

THE INFLUENCE Of PRICE (X 1), Product (X 2), Promotion (X 3), PLACE (X 4), PHYSICAL EVIDENCE (X 5) AGAINST THE INTEREST Of VISITORS TO TEMPLE KARANGANYAR REGENCY

Oleh
WAHYU ARIANTO
Nim : 12412935

ABSTRAKSI

The development of tourist attractions prove that give a positive impact to change people's lives. Domestic and international tourism in it contain lots of aspect, namely the aspects of sociology, psychological, legal, economic, ecological, and other aspects.

This research aims to analyze and prove the good influence of partial simultaneously, as well as the dominant influence under the title of research: the influence of price (X 1), product (X 2), promotion (X 3), place (X 4), physical evidence (X 5) against the Interest of visitors to Temple Karanganyar Regency.

Metedo this research uses techniques of random and accidental sampling, sampling at 100 respondents visitors. Method of data collection by way of distributing the questionnaire and the study of librarianship as a supporter. Technical analysis is carried out by multiple linear regression analysis previously done test validity and reliability and continued with a classic assumption test. with the program SPSS version 16.00 for windows.

The results showed a simultaneous dimensions of the price (X 1), product (X 2), promotion (X 3), place (X 4) and physical evidence (X 5) had a significant influence against the interest of visitors to the temple with the $F_{\text{arithmetic}} 51,720$ and significance $0,000 > 0,05$, and adjusted (R square) 0.719, so the first hypothesis is proven that States receive the H_a and reject H_o . Partially, the study proves that price (X 1), $t_{\text{arithmetic}} -2,543$ and significance $0.013 < 0.05$ Products (X 2) which has a value of the $t_{\text{arithmetic}} 2,628$ and significance $0.010 < 0.05$ and significance; Promotion (X 3) and $t_{\text{arithmetic}} 2,481$ and significance $0.015 < 0.05$, place (X 4) with $t_{\text{arithmetic}} 2,297$ and significance $0.024 < 0.05$ influential significance and to Interest a visit and physical evidence (X 5) with $t_{\text{arithmetic}} 3,070$ count and significance of $0.003 < 0.05$ effect significantly to Interest a visit.

From the free variables have an influence is dominant against the Interest of visitors to Temple Karanganyar Regency, indicated by the variable physical evidence (X 5) with t-coefficient of 3,070 count so that the results of the study proved States reject H_o and receiving H_a .

Index Trem : The marketing mix (Product, Price, promotion, place and physical evidence against the Interest of visitors to Temple Karanganyar Regency.

PENGARUH HARGA (X1), PRODUK (X2), PROMOSI (X3), TEMPAT (X4),
BUKTI FISIK (X5) TERHADAP MINAT PENGUNJUNG KE CANDI
CETHO KABUPATEN KARANGANYAR

Oleh
WAHYU ARIANTO
Nim : 12412935

ABSTRAKSI

Perkembangan tempat pariwisata membuktikan bahwa tempat pariwisata memberikan dampak positif kepada perubahan kehidupan masyarakat. Pariwisata domestik maupun pariwisata internasional di dalamnya banyak mengandung aspek, yaitu aspek sosiologi, psikologis, hukum, ekonomi, ekologi, dan aspek – aspek lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh baik secara simultan, parsial maupun pengaruh dominan dengan judul penelitian : Pengaruh Harga (X1), Produk (X2), Promosi (X3), Tempat (X4), Bukti Fisik (X5) Terhadap Minat Pengunjung Ke Candi Cetho Kabupaten Karanganyar.

Metodo penelitian ini menggunakan teknik *random and sampling, accidental sampling* pada 100 responden pengunjung. Metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner dan studi kepustakaan sebagai pendukung. Teknik analisis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda yang sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas dan dilanjutkan dengan uji asumsi klasik. dengan *program SPSS version 16.00 for windows*

Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dimensi Harga (X₁), Produk (X₂), Promosi (X₃), Tempat (X₄) dan Bukti Fisik (X₅) mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat pengunjung ke candi Cetho dengan nilai F_{-hitung} 51.720 dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dan *adjusted (R square)* 0,719, jadi hipotesis pertama terbukti yang menyatakan menerima Ha dan menolak Ho. Secara parsial, penelitian tersebut membuktikan bahwa Harga (X₁) yang memiliki t_{-hitung} -2.543 dan signifikansi $0,013 < 0,05$; Produk (X₂) yang memiliki nilai t_{-hitung} 2.628 dan signifikansi $0,010 < 0,05$; Promosi (X₃) dengan t_{-hitung} 2.481 dan signifikansi $0,015 < 0,05$, Tempat (X₄) dengan t_{-hitung} 2.297 dan signifikansi $0,024 < 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung dan Bukti Fisik (X₅) dengan t_{-hitung} 3.070 dan signifikansi $0,003 < 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung.

Dari variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Minat Pengunjung Ke Candi Cetho Kabupaten Karanganyar, ditunjukkan oleh variabel Bukti Fisik (X₅) dengan koefisien t_{-hitung} sebesar 3.070 sehingga hasil penelitian terbukti menyatakan menolak Ho dan menerima Ha.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran (Harga, Produk, Promosi, Tempat dan Bukti Fisik Terhadap Minat Pengunjung Ke Candi Cetho Kabupaten Karanganyar.

Kata Pengantar

Dengan mengucapkan puja puji syukur kehadirat Allah Swt sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul : PENGARUH HARGA (X1), PRODUK (X2), PROMOSI (X3), TEMPAT (X4), BUKTI FISIK (X5) TERHADAP MINAT PENGUNJUNG KE CANDI CETHO KABUPATEN KARANGANYAR

Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar ,Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Titi Rapini SE, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Dra Umi Farida, MM Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra Umi Farida, MM, Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberi pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
4. Bpk Tegoeh Heri A, SE,MM Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberi pegasarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis sehingga penulis Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
5. Bapak dan ibu dosen yang telah mengajar dan membimbing penulisan dari mulai menjadi mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
6. Kedua Orang Tuaku tercinta (Bapak Samijan dan Ibu Misriani) terima kasih atas Do'a, cinta, dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya, serta dukungan moril maupun materiil dalam penyusunann skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Mas Wahyu candra dan MbK Dinar yang selalu memberi semangat dan membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Yang terakhir buat semua temen-temanku Jurusan Manajemen Angkatan 2012 dan semua teman yang saya kenal dan pernah membantu saya ucapkan terima kasih banyak.

Skripsi ini disadari dan terasa masih dangkal dan banyak kekurangannya, oleh karena itu diharapkan kepada semua pihak, khususnya para pakar, sahabat dan rekan- rekan, sudilah memberikan saran dan kritik yang membangun. Semua kebaikan hanya dari Allah SWT semata. Semoga Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya, dan semua pihak yang memerlukannya.

Ponorogo, 17 Desember 2016

Wahyu Arianto
Nim 12412935

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan , dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

METERAI
TEMPEL
NO. JASAEF2896337
6000
LEMBANG
Agustus 2016
[Signature]
(Wahyu Arianto)
NIM 12412935

Daftar Isi

Halaman Pengesahan	i
Abstrak	ii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I. Pendahuluan	
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Batasan Masalah.....	8
1.4.Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Tujuan Penelitian	8
1.4.2. Manfaat Penelitian	9
BAB II. Tinjauan Pustaka	
2.1.LandasanTeori	11
2.1.1.PengertianPemasaran	11
2.1.2.PengertianPemasaranJasa	14
2.1.3.Karakteristik Dan KlasifikasiJasa	18
2.1.4. KarakteristikBauranJasa.....	25
2.1.5.DefinisiPemasaranPariwisata	31
2.1.6. StategiPemasaranPariwisata	32

2.1.7. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	40
2.1.8. Bauran Pemasaran Jasa	41
2.1.9. Perilaku Konsumen	47
2.1.9.1. Teori Perilaku Konsumen	47
2.1.9.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	51
2.1.9.3. Elemen Perilaku Konsumen	65
2.1.9.4. Minat Berkunjung	69
2.1.9.5. Pengertian Pariwisata	72
2.1.9.6. Destinations Of Tourism Definitions	74
2.1.9.7. Wisatawan	74
2.2. Penelitian Terdahulu	76
2.3. Kerang Pemikiran	79
2.4. Hipotesis	80
 BAB III. Metode Penelitian	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	82
3.2. Populasi Dan Sampel	82
3.2.1. Populasi	82
3.2.2. Sampel	84
3.2.3. Kriteria Sampel	85
3.3. Metode Pengambilan Data	85
3.3.1. Jenis Data Dan Sumber Data	85
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	85
3.4. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel	86

3.4.1. Variabel Penelitian.....	86
3.4.2. Definisi Operasional Variabel	86
1. Bauran Pemasaran(X)	86
2. Tingkat Pengunjung Wisata(Y)	89
3.5 Metode Analisa Dan Uji Validitas Dan Realibilitas	89
3.5.1. Metode Analisis Data.....	89
1. Analisis Statistik Deskriptif	89
2. Analisa Linier Regresi Berganda	89
3.5.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	91
1. Uji Validitas	91
2. Uji Reliabilitas.....	92
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	94
1. Uji Normalitas	94
2. Uji Multikolinearitas	95
3. Uji Heteroskedastisitas.....	96
4. Uji Auto Korelasi.....	98
3.5.4. Pengujian Hipotesis.....	98
1. Pengujian Individual Atau Parsial(Uji- t).....	98
2. Pengujian Menyeluruh Atau Simultan(Uji – F)	100
3. Koefisiensi Determinasi R^2	102
4. Korelasi.....	102
 BAB IV. Hasil Dan Pembahasan	
4.1. Sejarah Singkat Berdirinya Candi Cetho Kabupaten Karanganyar	105

4.2. Hasil Penelitian	107
4.2.1. Analisis deskriptif Data	107
1. Karakteristik Responden	108
2. Analisis Deskripsi Kategori Variabel	109
3. Tanggapan Responden	144
4.2.2. Pengujian Instrumen Penelitian	122
1. Uji Validitas	122
2. Uji Realibilitas	124
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	126
1. Uji Normalitas	126
2. Uji Multikolinearitas	127
3. Uji Heteroskedastisitas	128
4.2.4. Analisis Statistik Inferensial	130
4.2.5. Pengujian Hipotesis	132
1. Uji Parsial (Uji – t)	132
2. Uji Simultan (Uji - F)	142
3. Uji Determinasi (R^2)	144
4.3. Pembahasan	145
BAB V. Kesimpulan Dan Saran	
5.1. Kesimpulan	150
5.2. Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Diskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	108
Tabel 4.2 Diskripsi Responden Berdasarkan Usia	108
Tabel 4.3 Harga (X1)	110
Tabel 4.4 Produk (X2)	110
Tabel 4.5 Promosi (X3)	111
Tabel 4.6 Tempat (X4).....	111
Tabel 4.7 Bukti Fisik (X5)	112
Tabel 4.8 Minat Berkunjung (Y)	113
Tabel 4.9 Data Diskriptif Variabel (X1, X2, X3, X4, X5, dan Y)	113
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	114
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Produk	116
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Promosi	117
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Tempat	118
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Bukti Fisik.....	119
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Pengunjung.....	121
Table 4.16 Hasil Uji Validitas Instrumen	123
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	125
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Korelasi	128
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Secara Parsial	130
Table 4.20 Hasil Koefisien Regresi Simultan Uji – F	143
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi R^2	144

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Normal plot	127
Gambar 4.2 Scatterplot	129
Gambar 4.3 Gambar Uji t Variabel Harga	134
Gambar 4.4 Gambar Uji t Variabel Produk	136
Gambar 4.5 Gambar Uji t Variabel Promosi.....	138
Gambar 4.6 Gambar Uji t Variabel Tempat.....	140
Gambar 4.7 Gambar Uji t Variabel Bukti Fisik	142
Gambar 4.8 Gambar Uji – F	143
Gambar 4.9 Gambar Lampiran(foto-foto)	