

**PERANAN BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
(STUDI KASUS PADA KOLAM RENANG SHINTA
POOL DI JEPARA)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Disusun Oleh.

KHUSNUL HIDAYAH

NIM. 1311100001080

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA**

2017

Halaman Persetujuan

Halaman Persetujuan

**PERANAN BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG
(STUDI KASUS PADA KOLAM RENANG SHINTA POOL DI JEPARA)**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Khusnul Hidayah
NIM : 131110001080
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing



Samsul Arifin, S.E. M.M
Tgl. 13 September 2017

Halaman Pengesahan

Halaman Pengesahan


**PERANAN BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG
(STUDI KASUS PADA KOLAM RENANG SHINTA POOL DI JEPARA)**

Nama penyusun : Khusnul Hidayah
NIM : 131110001080
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Kamis, 28 September 2017

Penguji I


(Muchlisron S.E., MM.)

Penguji II

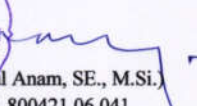

(Hj. Nurul Komaryatin S.E., M.Si.)

Mengesahkan

Ketua

Program Studi Manajemen




(A. Khoirul Anam, SE., M.Si.)
NID. 1 800421 06 041

Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi

Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program S1 jurusan Manajemen merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah di ajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata S1 dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah di tuliskan sumbernya secara jelas dengan norma , kaidah , dan etika penulisan ilmiah . Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi berjudul “PERANAN BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI KASUS PADA KOLAM RENANG SHINTA POOL JEPARA)”
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini , dapat di selesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbingan saya yaitu : H. Samsul Arifin, S.E.,M.M.

Apabila di kemudian hari di temukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian tertentu, saya bersedia menerima PENCABUTAN GELAR AKADEMIK yang saya sandang dan sanksi – sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara, 13 September 2017



MOTTO

“ Bekerjalah Untuk (kepentingan) duniamu seolah - olah engkau akan hidup selamanya dan bekerjalah untuk (kepentingan) akhiratmu seolah - olah engkau akan mati besok pagi. “(Sabda Nabi Muhammad SAW)

“ Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang - orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang - orang yang beriman. “(QS. Ali Imran :139)

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga kaum itu mengubah keadaan mereka sendiri “(QS. Ar Ra’d : 11)

“ Jangan terlalu sibuk menggali kelebihan orang lain, galilah kelebihan diri sendiri maka kepercayaan diri terhadap kemampuanmu akan tumbuh. Dan jangan terlalu sibuk menggali kelemahan orang lain,galilah kelemahan diri sendiri maka kamu akan terhindar dari sifat dzolim”

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis pada sektor wisata semakin meningkat pada saat ini. Berwisata telah menjadi unsur penting dalam kehidupan masyarakat modern. Adanya perubahan masyarakat masa kini dalam hal berwisata, dipengaruhi oleh pesatnya pertumbuhan tempat wisata baru serta meningkatnya kebutuhan pokok masyarakat untuk berwisata. Keputusan berkunjung atau keputusan pembelian konsumen ke suatu objek wisata pada dasarnya berkaitan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran pariwisata yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, dan setelah melakukan kunjungan pada suatu objek wisata. Tujuan penelitian ini Untuk Mengetahui Pengaruh Peranan Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Proses, Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kolam Renang Shinta Pool Jepara.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pengunjung kolam renang Shinta Pool Jepara tahun 2016 sebesar 25.297 dengan jumlah sample 100 responden dan menggunakan metode pengambilan sampel accidental Sampling dan purposive sampling. Metode analisis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (multiple linier regression, uji anova (uji f) serta uji statistik t, dengan bantuan software statistik SPSS 20.

Variabel Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, ditunjukkan oleh nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel signifikansi 10% ($2,260 > 1,291$). Variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, ditunjukkan oleh nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel signifikansi 10% ($6,499 > 1,291$). Variabel Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, ditunjukkan oleh nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel signifikansi 10% ($1,945 > 1,291$). Variabel Promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan berkunjung ditunjukkan oleh nilai t hitung ini lebih kecil dari t tabel signifikansi 10% ($-0,601 < 1,291$). Variabel Orang berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan berkunjung, ditunjukkan oleh t nilai t hitung ini lebih kecil dari t tabel signifikansi 10% ($-0,745 < 1,291$). Variabel Proses berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, ditunjukkan oleh nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel signifikansi 10% ($3,459 > 1,291$). Variabel Bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, ditunjukkan oleh nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel signifikansi 10% ($3,914 > 1,291$). Variabel Produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik secara bersama-sama atau stimulan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, diketahui dari nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($58,109 > 1,78$).

Kata kunci : Produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan bukti fisik, keputusan Berkunjung.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERANAN BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (STUDI KASUS PADA KOLAM RENANG SHINTA POOL DI JEPARA)”.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi agung Nabiyyuna Muhammad SAW sang revolusioner sejati yang telah membuka pintu gerbang jalan terang bagi kita semua untuk tetap semangat berjuang di jalannya. Tak lupa kepada para sahabat dan keluarga beliau yang dirahmati-Nya. Semoga kita semua termasuk orang-orang yang mendapatkan hidayah dan syafaatnya di yaumul qiyamah nanti. Amin.

Penulis menyadari bahwa dalam sebuah penulisan skripsi atau karya ilmiah memang bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi sebuah perjuangan tanpa lelah yang menuntut keseriusan, kejelian pikiran, dan menyita waktu yang cukup banyak serta tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan beribu-ribu terimakasih tiada terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan motivasi, pengarahan, bimbingan, saran dan bantuan baik moral maupun spiritual serta hal-hal lainnya dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih paling dalam kepada:

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan karuniaMu dan nikmatMu sehingga semua bisa terlaksana.

2. Dr. Sa'dullah Assaidi, M.Ag. (Rektor UNISNU Jepara) yang telah memberikan segala kebijakan dalam menjalankan institusi.
3. Bapak Much. Imron, SE., MM. (selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara) atas segala kebijakan teknis di tingkat Fakultas.
4. Bapak H. Samsul Arifin, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bening Kristyassari, S.E. selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa perkuliahan di Jurusan Manajemen Program Studi S1 Reguler 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara.
6. Bapak dan Ibu Dosen program S1 Reguler 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan.
7. Bpk H Sutamar dan Ibu Hj Nely Zakiyah orang tua tercinta yang telah membesarkan dengan penuh kasih sayang dan selalu mendo'akan setiap waktu dan setiap saat untuk kesuksesan putrinya.
8. Kakakku Ahmad Charisul Hadi dan Choirudin, serta Adek ku Aldiyan dan Ulviyana tercinta yang memberikan dukungan dan bantuan setiap membutuhkan sesuatu atau saat dalam masalah.
9. Teman saya Muhamad Choirul Anam, Muhamad Aslikhan Dan Nurul Isnaini yang selalu menemani dan membantu saya dalam kesulitan saat mengerjakan skripsi

10. Sahabat-sahabatku Dwi Nihayah, Laila Aisyah, Alfia Nur Azizah, Nor Alfiatur, Nurul Isnaini, Iis Ayu Lestari, dan Fitri Widia Ningsih menyemangati dan menemani sampai terselesainya skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Reguler 1 angkatan 2013 atas kebersamaannya selama kuliah
12. Para responden yang telah membantu penelitian ini dengan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan do'a dan dukungan hingga dapat menyelesaikannya skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut dapat mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin demi kesempurnaan penulisan skripsi ini yang penuh kesadaran atas kekurangan dan keterbatasan yang ada pada diri penulis. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Jepara, 28 September 2017

Penulis

Khusnul Hidayah

NIM. 131110001080

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| Halaman Persetujuan..... | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi | iv |
| MOTTO | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup Penelitian..... | 9 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 10 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1. Pemasaran..... | 13 |
| 2.2. Manajemen Pemasaran Jasa | 14 |
| 2.3. Bauran Pemasaran Jasa | 17 |
| 2.3.1. Produk (<i>Product</i>) | 21 |

| | |
|---|----|
| 2.3.2. Harga (<i>Price</i>) | 23 |
| 2.3.3. Lokasi (<i>Place</i>)..... | 24 |
| 2.3.4. Promosi (<i>Promotion</i>) | 26 |
| 2.3.5. Orang (<i>People</i>)..... | 27 |
| 2.3.6. Proses (<i>Process</i>)..... | 29 |
| 2.3.7. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>) | 31 |
| 2.4. Keputusan Berkunjung | 34 |
| 2.5. Penelitian Terdahulu..... | 40 |
| 2.6. Kerangka Pikir Teoritis | 42 |
| 2.7. Hipotesis | 46 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 47 |
| 3.1. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional | 47 |
| 3.1.1. Variabel Penelitian..... | 47 |
| 3.1.2. Definisi Operasional Variabel | 48 |
| 3.2. Jenis Penelitian Dan Sumber Data | 50 |
| 3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 51 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data | 54 |
| 3.5. Metode Pengolahan Data..... | 54 |
| 3.5.1. <i>Editing</i> | 55 |
| 3.5.2. <i>Coding</i> (Pengkodean) | 55 |
| 3.5.3. Pemberian skor atau nilai..... | 55 |
| 3.5.4. Tabulasi..... | 56 |
| 3.6. Metode Analisis Data | 56 |

| | |
|--|-----|
| 3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif..... | 57 |
| 3.6.2. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 57 |
| 3.6.3. Uji Asumsi Klasik..... | 58 |
| 3.6.4. Analisis Regresi Berganda..... | 60 |
| 3.6.5. Uji Hipotesis | 61 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 64 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian..... | 64 |
| 4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan | 64 |
| 4.2. Statistik Deskriptif..... | 68 |
| 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 71 |
| 4.3.1. Uji Validitas..... | 71 |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas | 73 |
| 4.4. Uji Asumsi Klasik | 74 |
| 4.5. Pengujian Regresi..... | 77 |
| 4.5.1. Analisis Regresi | 78 |
| 4.5.2. Uji Hipotesis | 80 |
| 4.6. Pembahasan | 85 |
| BAB V PENUTUP..... | 92 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 92 |
| 5.2. Saran..... | 95 |
| DAFTAR PUSAKA..... | 98 |
| LAMPIRAN..... | 101 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Data Pengunjung | 3 |
| Tabel 2.1 Marketing Mix For Services | 20 |
| Tabel 2.2 Element Of Physical Evidence..... | 33 |
| Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu | 40 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 48 |
| Tabel 4.1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner | 65 |
| Tabel 4.2 Profil Responden..... | 66 |
| Tabel 4.3 Uji Statistik Deskriptif..... | 68 |
| Tabel 4.4 Uji Validitas | 72 |
| Tabel 4.5 Uji Reabilitas..... | 73 |
| Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas..... | 75 |
| Tabel 4.7 Analisis Regresi | 77 |
| Tabel 4.8 Uji T | 80 |
| Tabel 4.9 Uji F | 84 |
| Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi R^2 | 85 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Pengunjung | 4 |
| Gambar 2.1 Four Service Characteristic | 16 |
| Gambar 2.2 Empat P dalam Bauran Pemasaran..... | 19 |
| Gambar 2.3 Alur Kerangka Penelitian..... | 44 |
| Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis | 45 |
| Gambar 4.1 Uji Normalitas | 74 |
| Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas..... | 76 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN..... | 101 |
| Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian..... | 102 |
| Lampiran 2 : Tabulasi Data Jawaban Responden | 107 |
| Lampiran 3 : Hasil Uji Statistik Deskriptive..... | 116 |
| Lampiran 4 : Hasil Uji Kualitas Data..... | 117 |
| Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 122 |
| Lampiran 6 : Hasil Uji Hipotesis | 125 |