

TUGAS AKHIR
PENGARUH *EXTENDED MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
WISATAWAN MENGUNJUNGI WISATA AIR TERJUN JUMOG
(Studi Kasus : BUMDes Berjo, Ngargoyoso, Karanganyar)



Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Diajukan Oleh :
Dwi Nur Rochim
D600150004

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *EXTENDED MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MENGUNJUNG WISATA AIR TERJUN JUMOG

(Studi Kasus : BUMDes Berjo, Ngargoyoso, Karanganyar)

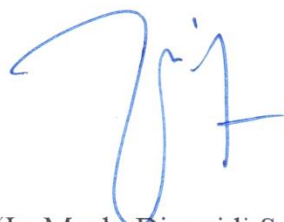
Tugas Akhir ini telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Studi-1 untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Hari : Kamis
Tanggal : 15 Agustus 2019

Disusun Oleh :

Nama : Dwi Nur Rochim
NIM : D60015004
Jurusan/Fakultas : Teknik Industri / Teknik

Mengesahkan,
Dosen Pembimbing



(Ir. Much. Djunaidi S.T., M.T.)

NIK. 891

HALAMAN PERSETUJUAN

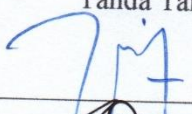
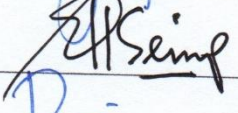
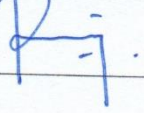
**PENGARUH *EXTENDED MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN
WISATAWAN MENGUNJUNG WISATA AIR TERJUN JUMOG**

(Studi Kasus : BUMDes Berjo, Ngargoyoso, Karanganyar)

Telah dipertahankan pada Sidang Pendadaran tugas Akhir
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta
Dihadapkan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Kamis 15 Agustus 2019
Jam : 13.00 WIB

Menyetujui:

- | Nama | Tanda Tangan |
|---|--|
| 1. Ir. Much. Djunaidi S.T., M.T.
(Ketua) |  |
| 2. Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D
(Penguji 1) |  |
| 3. Ir Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T
(Penguji 2) |  |

Dekan Fakultas Teknik

Mengetahui
Ketua Jurusan Teknik Industri



Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D
NIK.628



Eko Setiawan, S.T., M.T., Ph.D
NIK.888

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah ditujukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 15 Agustus 2019



Dwi Nur Rochim
NIM.D600150004

MOTTO

“Selalu ada jalan baik, untuk niat baik.”
(Dwi Nur Rochim)

“Barang iso dideleng kui iso dilakoni”
(Nur Muntarsih)
“

“Kita Tidak Boleh Menyerah demi masa depan dimana kau akan hidup”
(Niko Olivia)

“Kenali diri sendiri, kenali dunia dan jadilah yang terkuat”
(Dracule Mihawk)

“Jangan Takut Untuk Bermimpi. Karena Mimpi adalah tempat untuk menanam Benih Harapan dan Memetakan Cita-cita”
(Monkey D.Luffy)

“Jika Dunia jahat kepadamu, maka berusahalah untuk menghadapinya, karena tidak ada yang membantumu jika kamu tidak berusaha”
(Roronoa Zoro)

“Jangan Terpaku pada apa yang telah hilang, Pikirkanlah apa yang masih ka miliki. Kau tidak kehilangan segalanya. Masih ada beberapa milikmu yang masih tersisa”
(Kaikyo no Jinbe)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan tugas akhir ini persembahkan untuk:

1. Kepada Bapak Santoso S.T., Ibu Nur Muntarsih dan Weny Lupita Santi S.Pd sebagai orang tua penulis yang memberikan banyak dukungan dan do'a kepada penulis.
2. Seluruh dosen dan karyawan beserta mahasiswa Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam proses belajar dan pembuatan laporan ini.
3. Seluruh karyawan Dinas Pariwisata Karanganyar dan BUMDes Berjo yang membantu dalam proses perizinan dan pengambilan data laporan ini.
4. Teman Teknik Industri Angkatan 2015, Keluarga Besar KMTI, Asisten Perpustakaan Jurusan TI, BELATI.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh *Extended Marketing Mix* Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Wisata Air Terjun Jumog".

Laporan ini disusun dengan maksud untuk memenuhi syarat kelulusan pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta. Selama penyusunan Laporan Tugas Akhir ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Eko Setiawan S.T., M.T., Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Much. Djunaidi S.T., M.T., selaku dosen pembimbing yang membantu dalam pengarahan dan pemahaman materi tugas akhir.
3. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta karyawan Jurusan Teknik Industri yang membantu dalam proses belajar penulis selama perkuliahan.
4. Orang Tua penulis yang memberikan do'a dan dukungan kepada penulis.
5. Seluruh mahasiswa Teknik Industri Angkatan, Keluarga Besar KMTI, Asisten Perpustakaan Jurusan TI, Keluarga Besar BELATI.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih ada kekurangan, sehingga dengan ini penulisan mengharapkan adanya kritik dan saran untuk menyempurnakan laporan ini untuk itu penulis mohon maaf dan semoga laporan ini dapat memberikan manfaat.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Surakarta, 15 Agustus 2019

Dwi Nur Rochim

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Sistematika Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pariwisata	6
2.2 Pemasaran	9
2.2.1 <i>Marketing Mix</i> / Bauran Pemasaran.....	10
2.2.2 <i>Marketing Mix</i> / Bauran Pemasaran Diperluas	14
2.3 Keputusan Berkunjung	17
2.4 Kerangka Teoritas	18
2.5 Regresi Berganda	19
2.6 Tinjauan Pustaka	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Kerangka Penelitian	22

3.2 Waktu Dan Tempat	23
3.3 Variabel Penelitian.....	23
3.3.1 Variabel <i>Independent</i>	23
3.3.2 Variabel <i>Dependent</i>	23
3.4 Teknik Sampling	23
3.4.1 Populasi.....	23
3.4.2 Sampel.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.6 Teknik Pengolahan Data	25
3.6.1 Uji Validitas Data	25
3.6.2 Uji Reliabilitas Data.....	25
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	26
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	26
3.6.3.3 Uji Multikolinearitas	26
3.6.4 Uji Regresi Berganda.....	27
3.6.5 Hipotesis	28
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISA

4.1 Profil Perusahaan	30
4.1.1 Visi Dan Misi Perusahaan.....	30
4.1.2 Struktur Organisasi	31
4.1.3 Proses Bisnis Perusahaan Jasa	32
4.2 Penyusunan Kuesioner	34
4.2.1 Penentuan Indikator	34
4.2.2 Operasional Variabel	36
4.3 Pengolahan Data	41
4.3.1 Hasil Uji Validitas Data	41
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas Data	41
4.3.3 Hasil Uji Normalitas Data.....	42
4.3.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Data.....	43
4.3.5 Hasil Uji Multikolenieritas Data.....	44

4.3.6 Hasil Regresi Berganda.....	44
4.3.7 Hasil Uji t.....	45
4.3.8 Hasil Uji F.....	46
4.3.9 Hasil Perhitungan Koefisiensi Determinasi	47
4.3.10 Pembahasan Hasil Penelitian	47

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	49
-----------------------------	-----------

5.2 Saran.....	50
-----------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisata Air Terjun Jumog.....	2
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.2 Skala <i>Linkert</i>	24
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas	25
Tabel 4.1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Uji Validitas Data.....	41
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Data	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Multikolinearitas</i>	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Berganda.....	44
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Uji <i>t</i>	45
Tabel 4.9 Pengujian Hipotesis	46
Tabel 4.8 ANOVA Hasil Perhitungan Uji F	46
Tabel 4.9 Koefisien Diterminasi	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritas	18
Gambar 3.1 Diagram Aliran Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BUMDes Berjo 2017	31
Gambar 4.2 <i>Flowchart</i> Proses Pembelian Jasa	32

ABSTRAK

Kemampuan pendanaan yang terbatas membuat pengelola wisata Air Terjun Jumog melakukan pengembangan secara bertahap dengan mendahulukan aspek yang menjadi selera wisatawan agar berdampak baik bagi jumlah kunjungan. BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) Berjo merupakan pengelola wisata Air Terjun Jumog. Perbaikan terus dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan pemasaran untuk mengetahui selera wisatawan melalui penilaian mereka mengenai variabel pada *Extended Marketing Mix*. Berdasarkan perhitungan menggunakan IBM SPSS *Statistics 24* dan uji statistik menunjukkan bahwa variabel *Extended Marketing Mix* (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*) memiliki pengaruh sebesar 54,6% terhadap keputusannya berkunjung di wisata Air Terjun Jumog, dan 45,4% lainnya dipengaruhi variabel yang tidak diteliti. Pada penelitian ini menghasilkan persamaan regresi $Y = -1.071 + 0.456X_1 + 0.037X_2 + 0.152X_3 + 0.158X_4 + 0.112X_5 + 0.269X_6 + 0.096X_7$. Menurut hasil model regresi linear pada penelitian ini variabel yang memiliki pengaruh besar sampai yang terkecil secara berurutan adalah *Product, Physical Evidence, Promotion, Place, People, Price, Process*. Hasil yang didapatkan dari penelitian dapat digunakan pengelola sebagai acuan menentukan kebijakan pengembangan layanan yang sesuai dengan selera wisatawan.

Kata Kunci : Pemasaran, *Extended Marketing Mix*, Statistik, Keputusan berkunjung.

ABSTRACT

The limited funding capacity makes The Jumog Waterfall tour manager develop gradually by prioritizing aspects that are the tastes of tourists to have a good increase in the number of visits. BUMDES (Village-Owned Enterprises) Berjo is an organization that is trusted by the village government to manage Jumog Waterfall tours. Continued improvements are made by tourism managers to increase the number of visits and maintain the sustainability of their business. This study uses a marketing approach to find out the tastes of tourists through their assessment of variables at the Extended Marketing Mix. Based on calculations using IBM SPSS Statistics 24 and statistical tests show that the Extended Marketing Mix variable (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process) has an influence of 54.6% on his decision to visit Jumog Waterfall, and The other 45.4% were influenced by other variables not examined. This study resulted in a regression model $Y = -1.071 + 0.456X_1 + 0.037X_2 + 0.152X_3 + 0.158X_4 + 0.112X_5 + 0.269X_6 + 0.096X_7$. According to the results of the linear regression model in this study variables that have a large influence to the smallest in sequence are Product, Physical Evidence, Promotion, Place, Poepole, Price, Process. The results obtained from the research can be used by managers as a reference to determine service development policies that are in accordance with the tastes of tourists.

Keywords: Marketing, Extended Marketing Mix, Statistics, Visiting decisions.