

ANALISIS PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN DALAM MENGUNJUNGI OBJEK WISATA

(Studi pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**ILHAM SURGAWI
NIM. 12010112120003**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ilham Surgawi
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112120003
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PRODUK
WISATA, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
WISATAWAN DALAM
MENGUNJUNGI OBJEK WISATA
(Studi pada Objek Wisata Puri
Maerokoco Kota Semarang)**

Dosen Pembimbing : Drs. Sutopo, MS

Semarang, 22 Juni 2016
Dosen Pembimbing,

(Drs. Sutopo, MS)
NIP. 195205131985031002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Ilham Surgawi
Nomor Induk Mahasiswa : 12010112120003
Fekultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH PRODUK
WISATA, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
WISATAWAN DALAM
MENGUNJUNGI OBJEK WISATA
(Studi pada Objek Wisata Puri
Maerokoco Kota Semarang)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 Juli 2016

Tim Penguji

1. Drs. Sutopo, MS. (.....)
2. Drs. Suryono Budi Santoso, M.M. (.....)
3. I Made Sukresna, SE., MSi., Ph.D (.....)

PERNYATAAN ORIENTASI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Ilham Surgawi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata (studi pada objek wisata Puri Maerokoco), adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 Juni 2016
Yang membuat pernyataan,

Ilham Surgawi
NIM : 12010112120003

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Man Jadda Wa Jadda

Barang siapa yang bersungguh - sungguh akan mendapatkannya.

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah “
(HR.Turmudzi)

“Jika sore tiba, janganlah tunggu waktu pagi, jika pagi tiba, janganlah tunggu waktu sore. Manfaatkanlah masa sehatmu sebelum tiba masa sakitmu dan manfaatkan masa hidupmu sebelum tiba ajalmu”.

(Umar bin Khattab)

“Waktu tidak akan pernah tepat bagi orang yang menunggu,
lakukan segera, gunakan waktumu dengan bijak”

“Lost time is never found again ”

(Benjamin Franklin)

Skripsi ini merupakan sebuah persembahan untuk
kedua orang tuaku dan keluargaku tercinta
serta orang-orang yang kusayangi
atas doa dan dukungan yang tiada henti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh produk wisata, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Puri Maerokoco. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Puri Maerokoco.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan objek wisata Puri Maerokoco. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang mengunjungi Puri Maerokoco. Metode penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner, kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui *software SPSS 22*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang meliputi produk wisata, persepsi harga dan promosi berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung yang dilakukan dengan menggunakan uji t. Kemudian melalui uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen layak untuk menguji variabel dependen. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,393 yang menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 39,3% variabel dependen yaitu keputusan berkunjung, sedangkan sisanya sebesar 60,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Produk wisata, persepsi harga, promosi dan keputusan berkunjung

ABSTRACT

This research aims to test how much the effect of tourism product, price perception and promotion of tourist decision to visiting tourist attraction on Puri Maerokoco. This research is motivated by a decrease in the number of tourists who visited Puri Maerokoco.

The populations used in this research was a tourists attraction Puri Maerokoco. The collection of data by using a questionnaires with a number of samples 100 respondents who visited Puri Maerokoco. This research method, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling method. Data obtained from questionnaires, then processed and analyzed using multiple linear regression analysis through the SPSS 22 software.

The result of this research shows that all independent variables are the tourism product, price perception and promotion has a positive effect on the dependent variable that is the decision to visit by using t test. Then through f test shows that the three independent variables are proper to examine the dependent variable. Adjusted R Square of 0,393 shows that the independent variables can explain 39,3% the dependent variable that is decision to visit, while the remaining 60,7% is explained by other variables outside of variable that used in this research.

Keywords : tourism product, price perception, promotion and the decision to visit

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan limpahan rahmat-Nya dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan dalam Mengunjungi Objek Wisata**”. Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini, tidak lepas dari doa, dukungan, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Maka pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala kemudahan, kelancaran serta nikmat sehat sampai sekarang ini
2. Kedua orang tua yang kucintai yaitu Ibu Hanifah dan Bapak Subandi serta Nadia Rosalia adikku yang tiada henti untuk berdoa, memberikan kasih sayang, bimbingan, kepercayaan, motivasi, semangat serta nasihat yang begitu berarti selama kegiatan perkuliahan sampai akhirnya skripsi ini terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

4. Bapak Drs. Sutopo, MS selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan waktu, ilmu, masukan, nasihat, motivasi dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Shoimatul Fitria, S.E, M.M, selaku dosen wali bagi penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
6. Seluruh Bapak dan Ibu staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
7. Seluruh karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
8. Pihak objek wisata Puri Maerokoco, Ibu Yuyu yang telah memberikan ijin penulis untuk melakukan penelitian di objek wisata Puri Maerokoco serta Mba Umi dan Mas Dedy yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis melakukan penelitian.
9. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh rekan-rekan di Manajemen angkatan 2012 yang telah menjadi teman yang selalu memberikan bantuan dan motivasi serta mewarnai kegiatan perkuliahan bagi peneliti.
11. Rekan-rekan KKN Desa Getassrabi kecamatan Gebog Kudus yaitu, Indra, Raihan, Fransis, Fifien, Fatimah, Floren, Ira dan Ka Juny yang telah

memberikan berbagai pengalaman, motivasi, doa, keceriaan dan telah menjadi sahabat sekaligus keluarga bagi penulis.

12. Rekan-rekan penulis satu bimbingan skripsi, selama berada di Fakultas Ekonomika dan Bisnis atas bantuan, saran, diskusi, serta kerja samanya.
13. Sahabat-sahabat terbaik, Mas Wiko, Azka, Naufal, Torang, Arif, Umam, Isnu, Gatta, Afrian dan Setiawan terimakasih telah berbagi ilmu, pengalaman, dukungan dan waktu bagi penulis.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan dan kekurangan. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan dan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Semarang 23 Juni 2016

Ilham Surgawi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Manfaat Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Pengertian Pariwisata	17
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18

2.1.4 Produk Wisata	22
2.1.4.1 Pengaruh Produk Wisata terhadap Keputusan Berkunjung	27
2.1.5 Persepsi Harga.....	28
2.1.5.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Berkunjung	31
2.1.6 Promosi	32
2.1.6.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung	35
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.4 Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.1.1 Variabel Penelitian	41
3.1.2 Definisi Operasional.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel.....	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1 Data Primer	46
3.3.2 Data Sekunder	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	47
3.5 Metode Analisis Data	50
3.5.1 Analisis Data Kuantitatif.....	50
3.5.2 Analisis Deskriptif	52

3.6 Uji Instrumen Data.....	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Reliabilitas	54
3.6.3 Uji Aumsi Klasik.....	54
3.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.8 Uji <i>Goodness of Fit</i>	58
3.8.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	58
3.8.2 Uji Hipotesis (Uji T)	59
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Deskripsi Objek Wisata Puri Maerokoco.....	61
4.2 Deskripsi Responden.....	63
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	67
4.3 Analisis Deskripsi Variabel.....	68
4.3.1 Analisis Deskripsi Variabel Produk Wisata	69
4.3.2 Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Harga	71
4.3.3 Analisis Deskripsi Variabel Promosi	73
4.3.4 Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Berkunjung....	75
4.4 Analisis Data	77
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	77
4.4.1.1 Uji Validitas	77

4.4.1.2 Uji Reliabilitas	78
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	79
4.4.2.1 Uji Multikolinearitas	79
4.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.4.2.3 Uji Normalitas.....	81
4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
4.4.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	86
4.4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	86
4.4.4.2 Uji Hipotesis (Uji T)	87
4.4.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	89
4.5 Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.3 Saran.....	99
5.3.1 Saran Untuk Puri Maerokoco.....	99
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Wisatawan Kota Semarang Tahun 2008-2014	5
Tabel 1.2 Data Jumlah Wisatawan Puri Maerokoco Tahun 2010-2014	7
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan.....	66
Tabel 4.5 Nilai Indeks Variabel Produk Wisata.....	67
Tabel 4.6 Tanggapan Responden yang Dominan Atas Produk Wisata	69
Tabel 4.7 Nilai Indeks Variabel Persepsi Harga	71
Tabel 4.8 Tanggapan Responden yang Dominan Atas Persepsi Harga	73
Tabel 4.9 Nilai Indeks Variabel Promosi.....	73
Tabel 4.10 Tanggapan Responden yang Dominan Atas Promosi.....	75
Tabel 4.11 Nilai Indeks Variabel Keputusan Berkunjung	76
Tabel 4.12 Tanggapan Responden yang Dominan Atas Keputusan Berkunjung	77
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas.....	78
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas	79
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Kolmogorov-Smirnov	84
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	85
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	87
Tabel 4.19 Hasil Uji T.....	88
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Total Wisatawan di Kota Semarang Tahun 2008-2014.	5
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen	19
Gambar 2.2 Tahap-Tahap Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian ...	21
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	81
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Normalitas Melalui Histogram	82
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Normalitas Melalui Scatter Plot.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Kuesioner Penelitian	105
Lampiran B. Surat Ijin Penelitian	113
Lampiran C. Data Hasil Penelitian.....	115
Lampiran D. Hasil Uji Validitas	120
Lampiran E. Hasil Uji Reliabilitas	125
Lampiran F. Tabel R	128
Lampiran G. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	130
Lampiran H. Hasil Uji Asumsi Klasik	134

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan adalah salah satu aspek psikologis yang menggerakkan makhluk hidup dalam aktivitas-aktivitasnya dan menjadi dasar bagi setiap individu untuk berusaha (wikipedia, 2016). Pada dasarnya, manusia bekerja mempunyai tujuan tertentu, yaitu memenuhi kebutuhan. Manusia memiliki banyak sekali kebutuhan, dari kebutuhan primer, sekunder maupun kebutuhan tersier. Hiburan dan rekreasi merupakan salah satu kebutuhan sekunder manusia yang bisa dikategorikan kebutuhan yang sangat penting.

Manusia sering kali terjebak dalam rutinitas harian yang padat dan tentunya memerlukan konsentrasi yang tinggi sehingga seseorang mudah jenuh atau bosan dalam menjalani aktifitasnya. Oleh karena itu kebutuhan akan hiburan dan rekreasi sangat diperlukan oleh setiap manusia. Karena dengan adanya hiburan dan rekreasi, dapat membantu seseorang menghilangkan rasa penat dan melupakan masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari sehingga seseorang tersebut dapat kembali berpikiran jernih dan kembali *fresh*.

Pariwisata merupakan sebuah sektor industri hiburan, yang menjadi tujuan seseorang atau kelompok untuk memperoleh kepuasan dan kesenangan yang dapat mengusir kebosanan dan dapat menghibur hati. Menurut UU No.10/2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang

disediakan masyarakat, pengusaha dan pemerintah daerah. Pariwisata dalam dunia modern pada hakekatnya merupakan suatu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia dan memberi hiburan jasmani maupun rohani setelah beberapa waktu berkerja atau beraktivitas untuk mengunjungi tempat rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam.

Perkembangan industri pariwisata merupakan suatu fenomena yang menarik, meskipun pariwisata juga merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap perubahan yang terjadi baik secara internal maupun eksternal yang sangat berpengaruh terhadap jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi suatu negara, provinsi maupun daerah. Industri tersebut secara langsung memberikan dampak terhadap ekonomi, sosial dan budaya (Gegel, 2006). Pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi yang berperan dalam peningkatan struktur ekonomi dan proses pembangunan negara. Karena sektor pariwisata dapat meningkatkan perolehan devisa negara yang berupa pajak, dari para wisatawan yang berkunjung maupun pajak dari fasilitas sosial di daerah objek wisata. Selain itu terdapat manfaat lain yang diberikan oleh sektor industri pariwisata antara lain dari segi budaya. Dengan pesatnya industri pariwisata akan membawa pemahaman melalui interaksi wisatawan asing dengan masyarakat lokal sehingga dapat mengenal dan menghargai budaya masyarakat setempat dan memahami latar belakang budaya lokal yang dianut oleh masyarakat tersebut sekaligus sebagai sarana yang tepat untuk mempromosikan kebudayaan daerah dan kekayaan alam daerah tujuan wisata tersebut.

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang sangat indah. Karena Indonesia kaya akan beragam suku, bahasa dan budaya. Pariwisata di Indonesia sangatlah menarik dan beraneka ragam yang didukung oleh komponen kekayaan budaya dan keindahan alam, banyak sekali warisan budaya serta memiliki nilai sejarah yang tinggi di setiap pulau, kota maupun desa yang tentunya memiliki keunikan dan ciri khasnya masing-masing. Oleh karena itu, Indonesia mempunyai potensi besar untuk menjadi kawasan wisata dunia. Karena Indonesia memiliki banyak sekali peninggalan-peninggalan bersejarah yang sangat bernilai di berbagai tempat sehingga potensi-potensi ini sangat penting untuk dilestarikan dan dikembangkan khususnya wisata yang memiliki nilai sejarah yang tinggi.

Jawa Tengah adalah provinsi yang terletak dibagian tengah pulau Jawa. Provinsi Jawa Tengah dikenal sebagai tempat yang paling mengagumkan dalam hal keindahan panorama, sejarah, peninggalan seni warisan leluhur serta menjadi pusat kebudayaan Jawa, daerah ini memang terkenal dengan tradisi masyarakat yang masih bertahan hingga kini, yang mempunyai adat dan tradisi serta berbagai atraksi wisata yang menjadikan salah satu karakter keunikan tempat wisata di Jawa Tengah. Dari segi sektor pariwisata, provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak sekali daerah potensi objek wisata. Karena Jawa Tengah memiliki objek wisata yang unik dan beragam serta menarik untuk dikunjungi, mulai dari objek wisata alam, wisata budaya, wisata buatan, wisata sejarah, dan wisata edukasi.

Sebagai Ibukota Jawa Tengah, Kota Semarang adalah kota yang paling berkembang di Pulau Jawa. Julukan dari Kota Semarang salah satunya adalah *The Port of Java* yang memiliki arti pusat pelabuhan Jawa untuk kepentingan pemasaran pariwisata. Kota Semarang memiliki banyak sekali industri pariwisata yang unik dan dapat dinikmati setiap orang dari berbagai kalangan mulai dari wisata alam seperti Pulau Tirangcawang, Pulau Tirang, Pantai Marina, Pantai Maron, Goa Kreo dan Taman Lele. Sedangkan wisata sejarah di Kota Semarang meliputi Museum MURI, Museum Nyonya Meneer, Museum Mandala Bhakti, Museum Perkembangan Islam Jawa Tengah, Tugu Muda, Candi Tugu, Kota Tua Semarang dan Lawang Sewu. Selain wisata alam dan wisata sejarah Kota Semarang Juga memiliki wisata religius antara lain Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT), Masjid Baiturrahman Semarang, Klenteng Sam Po Kong, Gereja Blenduk, Gereja Katedral Semarang, Gereja JKI Injil Kerajaan Semarang, Vihara Mahavira Graha dan Pagoda Buddhagaya. Kota Semarang tentunya juga mempunyai wisata yang bisa dinikmati bersama keluarga seperti Taman Wonderia, Kebun Binatang Mangkang, Taman Mini Jawa Tengah (Maerokoco) dan *Water Blaster* (Disbudpar, 2015). Tabel 1.1 menunjukkan jumlah kondisi wisatawan di Kota Semarang dalam kurun waktu 5 tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Jumlah Wisatawan Kota Semarang tahun 2008-2014 :

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
2008	1.456.961	8.144
2009	1.624.270	8.772
2010	1.887.673	22.230
2011	2.073.043	27.880
2012	2.679.467	32.975
2013	3.157.658	35.241
2014	3.958.114	49.078

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang 2016, data diolah.

Gambar 1.1
Grafik Total Wisatawan di Kota Semarang tahun 2008-2014



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang 2016, data diolah.

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Kota Semarang menunjukkan kondisi yang positif karena setiap tahun selalu mengalami peningkatan jumlah wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Jumlah kenaikan rata-rata total wisatawan sebesar 18% setiap tahun dengan jumlah kenaikan wisatawan tertinggi terjadi antara tahun 2011-2012 yaitu

sebanyak 611.519 atau sebesar 29,10%. Peningkatan jumlah wisatawan tersebut disebabkan oleh banyaknya objek wisata yang menarik dan beraneka ragam mulai dari, wisata alam, wisata sejarah, wisata religious dan juga wisata keluarga.

Puri Maerokoco adalah salah satu objek wisata keluarga sekaligus menjadi wisata edukasi yang cukup populer di Kota Semarang. Puri Maerokoco biasa dikenal dengan sebutan Taman Mini Indonesia Indah versi Jawa Tengah yang terletak di kompleks pengembangan kawasan baru di Semarang Barat. Puri Maerokoco merupakan tempat wisata yang memiliki nilai-nilai edukasi dan budaya sehingga banyak keluarga yang berkunjung ke tempat ini untuk memberikan tambahan pengetahuan dan untuk memperkenalkan budaya nusantara terutama Jawa Tengah kepada anak-anaknya. Puri Maerokoco sering kali disebut sebagai cara yang paling mudah untuk mengelilingi Jawa Tengah karena menampilkan berbagai rumah adat dari seluruh penjuru Jawa Tengah baik Kota maupun Kabupaten.

Sebagai Taman Mini Jawa Tengah, Puri Maerokoco menghadirkan semua rumah adat yang biasa disebut sebagai anjungan dari 35 Kabupaten dan Kota yang terdapat di Jawa Tengah yang dibuat hampir mirip dengan keadaan asli di lapangan namun bentuknya bersekala lebih kecil. Selain itu di Puri Maerokoco pengunjung juga dapat melihat berbagai macam adat istiadat, budaya ciri khas dari setiap rumah tradisional, tarian-tarian, objek wisata, pakaian, peralatan adat dan lain-lain yang tentunya disajikan dari setiap anjungan masing-masing daerah.

Parameter keberhasilan sebuah objek wisata yaitu salah satunya dengan melihat pertumbuhan jumlah wisatawan. Karena dengan peningkatan jumlah wisatawan, otomatis akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung objek wisata. Akan tetapi, jumlah wisatawan Puri Maerokoco cenderung menurun secara terus-menerus selama 4 tahun terakhir. Penurunan jumlah wisatawan tersebut terjadi karena adanya pengaruh keputusan berkunjung wisatawan terhadap objek wisata lain. Karena saat ini banyak tempat wisata yang tidak kalah menarik yang memberikan wahana yang menarik bagi para pengunjung. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Data Jumlah Wisatawan Puri Maerokoco tahun 2010-2014 :

Bulan	Jumlah Pengunjung				
	2010	2011	2012	2013	2014
Januari	3.065	1.966	1.883	1.610	3.061
Februari	2.019	1.644	1.216	1.166	1.702
Maret	2.650	1.869	2.000	1.717	3.282
April	1.852	2.081	1.957	1.517	2.698
Mei	2.820	3.234	3.498	2.291	6.208
Juni	6.131	6.291	3.802	2.518	5.930
Juli	978	1.953	1.024	1.064	1.255
Agustus	781	490	490	744	2.553
September	2.153	1.011	2.091	1.341	1.674
Oktober	1.613	1.623	1.671	1.522	3.093
November	1.040	1.266	1.278	1.869	3.018
Desember	1.945	2.857	2.142	3.953	3.882
Total	27.047	26.285	23.052	21.312	38.373

Sumber : Pengelola PRPP, 2015

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai jumlah wisatawan Puri Maerokoco, dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan cenderung menurun dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2010 hingga tahun 2013 kecuali pada tahun 2014 mengalami peningkatan. Penurunan jumlah wisatawan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2012 yaitu menurun sebanyak 3.233 wisatawan atau sekitar 12% dari tahun 2011. Sebenarnya, penurunan jumlah wisatawan Puri Maerokoco terjadi sejak tahun 2006 (pengelola Puri Maerokoco). Saat itu jumlah wisatawan dalam berkunjung ke Puri Maerokoco sangat berkurang. Bahkan lambat laun, jumlah wisatawan yang datang ke Puri Maerokoco terus mengalami penurunan selama empat tahun terakhir. Dapat dilihat juga pada tahun 2014 jumlah wisatawan Puri Maerokoco mengalami peningkatan yang cukup drastis yaitu sebanyak 17.061 wisatawan atau sebesar 80% dari tahun 2013. Peningkatan jumlah pengunjung yang terjadi pada tahun 2014, dikarenakan pengelola PRPP aktif mengadakan *event-event* menarik seperti Jateng Fair dan *event family day* yang diisi dengan kegiatan-kegiatan menarik (pengelola PRPP).

Kondisi ini tentunya sangat berlawanan dengan tabel 1.1 sebelumnya mengenai jumlah kondisi wisatawan di Kota Semarang yang cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya dan tidak pernah mengalami penurunan sama sekali. Penurunan jumlah wisatawan ini, salah satunya disebabkan oleh kurangnya perhatian pengelola terhadap lingkungan Puri Maerokoco, banyak wahana wisata yang tidak terawat dengan baik selain itu sering terjadi banjir rob yang masih belum bisa teratasi dengan baik dan menjadi sebuah bencana setiap tahun dikala

musim penghujan tiba. Hal harus tersebut segera diperhatikan oleh pengelola Puri Maerokoco supaya jumlah wisatawan tidak kembali menurun di tahun berikutnya.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005:71) Sebelum melakukan perjalanan wisata, seorang calon wisatawan terlebih dahulu melakukan sebuah proses mental, untuk sampai pada keputusan, menyangkut kapan akan melakukan perjalanan, berapa lama, kemana, dengan cara bagaimana, dan seterusnya. Proses pengambilan ini sangat penting artinya bagi pembangunan pariwisata, terkait dengan berbagai fakta yang mempengaruhi keputusan, dan faktor-faktor ini dapat dipengaruhi dalam proses promosi wisata. Pemahaman terhadap proses pengambilan keputusan ini disamping penting sebagai dasar promosi, juga sangat penting didalam perencanaan produk dan penentuan segmentasi pasar atau target pemasaran.

Burkart dan Medlik mendeskripsikan produk wisata sebagai susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari obyek wisata, atraksi atau wahana wisata, transportasi (jasa angkutan), akomodasi dan hiburan di mana tiap unsur dipersiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah. Puri Maerokoco sebagai taman wisata Jawa Tengah yang menyajikan 35 bangunan anjungan Kabupaten maupun Kota se-Jawa Tengah, area bermain anak-anak, perahu dan sepeda air. Setiap anjungan, dilengkapi dengan makanan dan minuman khas daerah setempat serta hasil-hasil industri maupun kerajinan yang diproduksi oleh masing-masing daerah.

Menurut Harini (2008: 55), harga adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Tiket untuk masuk ke Taman Maerokoco cukup terjangkau, hanya dengan membayar Rp.8.000 per orang untuk *weekend* dan Rp.10.000 per orang untuk hari biasa, kita sudah bisa menikmati Taman Mininya Jawa Tengah.

Faktor pendorong yang sangat kuat dalam pengambil keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh promosi, karena memiliki keterlibatan dalam keputusan pembelian. Promosi merupakan informasi-informasi mengenai keunggulan jasa yang ingin di jual, sehingga promosi memiliki kesan untuk membujuk para konsumen agar mau menggunakan jasa yang telah di tawarkan (Hasan, 2008). Pihak Puri Maerokoco sendiri masih kurang gencar dalam melakukan promosi. Puri Maerokoco jarang melakukan kerjasama dengan pihak-pihak *event organizer* untuk mengadakan berbagai acara menarik.

Dalam era perdagangan bebas atau globalisasi saat ini, terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan (Yuriansyah, 2013). Dengan memberikan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen, diperkirakan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata. Apabila wisatawan mempersepsikan produk wisata, persepsi harga dan promosi sesuai dengan harapannya, maka diduga akan berpengaruh terhadap proses keputusan untuk mengunjungi objek wisata Puri Maerokoco. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merasa perlu

diadakannya suatu penelitian yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Puri Maerokoco. Untuk itu penelitian ini mengambil judul : **“ANALISIS PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN DALAM MENGUNJUNGI OBJEK WISATA” (Studi pada Objek Wisata Puri Maerokoco Kota Semarang).**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, permasalahan yang dihadapi oleh Puri Maerokoco adalah jumlah wisatawan Puri Maerokoco selalu mengalami penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun mulai dari tahun 2010-2013. Masalah tersebut harus segera diperhatikan dan dikelola dengan baik. Oleh karena itu, perlu dianalisis faktor apa sajakah yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung serta memahami keinginan-keinginan wisatawan objek wisata Puri Maerokoco supaya tidak mengalami penurunan jumlah wisatawan di tahun berikutnya. Sehingga muncul sebuah pertanyaan “Bagaimana cara meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Puri Maerokoco, Semarang ?”

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah tersebut, pertanyaan penelitian dari penelitian ini adalah :

- a) Apakah produk wisata berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Puri Maerokoco ?
- b) Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Puri Maerokoco ?

- c) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Puri Maerokoco ?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a) Untuk menganalisis pengaruh produk wisata terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata.
- b) Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata.
- c) Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata.

1.3.2 Manfaat penelitian

Setiap penelitian dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a) Hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan saran, masukan dan pertimbangan bagi pihak pengelola Puri Maerokoco untuk menentukan dapat meningkatkan jumlah pengunjung Puri Maerokoco.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam menentukan

kebijakan yang tepat yaitu dalam memajukan obyek wisata khususnya meningkatkan jumlah pengunjung wisata Puri Maerokoco.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan pembahasan, maka penelitian ini disusun secara sistematika yang berisi informasi mengenai materi ke dalam lima bab yaitu :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah yang mendasari penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi landasan teori yang menjadi dasar konsep teoritis untuk menganalisis permasalahan yang bersumber dari studi pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang digunakan sebagai jawaban atas rumusan masalah.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi variabel penelitian beserta definisi dari masing-masing variabel, populasi dan penentuan sampel, jenis dan sumber data serta teknik yang digunakan untuk menganalisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai deskripsi objek penelitian, pengolahan data, prosentase hasil pengolahan data serta pembahasannya.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta berisi saran-saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan mengenai tindakan yang perlu dan dapat dilakukan oleh pihak yang berkepentingan.