

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bauran promosi terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan yang berkunjung di Pantai Lombang selain itu bertujuan untuk mengidentifikasi variabel bauran promosi manakah yang dominan mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Lombang. Penggunaan data dalam analisis ini adalah data riset lapangan yang dilakukan dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner kepada konsumen.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif yang diperoleh dari responden dan dinyatakan dalam bentuk tabulasi. Untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen digunakan analisis regresi linear berganda. Dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini dengan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel advertising, sales promotion, public relation and publicity, dan direct marketing berpengaruh pada kunjungan wisatawan. Sedangkan hasil hitung R^2 hanya menghasilkan 96% hanya berpengaruh kecil terhadap keputusan konsumen, selebihnya 1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Bauran Promosi, periklanan, promosi penjualan, humas dan publikasi, pemasaran langsung, keputusan berkunjung

ABSTRACT

This study aims to know the effect of each promotion mix variable on the decision to visit of tourists who visit Lombang Beach and to identify which promotion mix variable that has dominant effect on the decision to visit of the tourists who visit Lombang Beach. The use of data in this study is field research data that conducted through interviews and questionnaires to consumers.

Technique of analysis that used in this study is descriptive analysis that obtained from respondents and expressed in tabular form. To determine the relationship between dependent variables and independent variables, multiple linear regression analysis is used. With the total sample in this study are 97 respondents. Sampling technique used in this study is non probability sampling method with purposive sampling technique.

The results of the study show that the variables of advertising, sales promotion, public relation and publicity, and direct marketing have an effect on the tourists visit. Meanwhile, the calculation results of R^2 only produce 96% which means that they have a small effect on consumers' decision, the remaining of 1% is influenced by other variables that are not described in this study

Keywords: Promotion mix, advertising, sales promotion, public relation and publicity, direct marketing, decision to visit

Daftar Isi

	Halaman
Halaman Judul.....	I
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	li
Motto Dan Persembahan.....	lii
Halaman Abstract.....	lv
Halaman Abstrak.....	V
Kata Pengantar.....	Vi
Daftar Isi.....	X
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Pengertian Manajemen pemasaran.....	7
2.1.3 Promosi.....	8
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	9
2.2 Bauran Promosi.....	11
2.2.1 Advertising.....	11
2.2.2 Sales Promotion.....	12
2.2.3 Public relation and publicity.....	12
2.2.4 Direct Marketing.....	14
2.3 Konsep Pariwisata.....	17
2.3.1 Wisatawan.....	18
2.4 Hubungan antar Variabel.....	19
2.4.1 Hubungan variable Advertising dengan keputusan kunjungan.....	19
2.4.2 Hubungan Sales Promotion terhadap keputusan pembelian.....	19
2.4.3 Hubungan Public relation and publicity terhadap keputusan pembelian.....	20
2.4.4 Hubungan Direct Marketing terhadap keputusan pembelian.....	20
2.5 Penelitian terdahulu.....	21
2.6 Kerangka Konseptual.....	24
2.7 Penelitian Terdahulu.....	25

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Penelitian.....	26
3.3 Penentuan Populasi Dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel.....	27
3.3.2.1 Ukuran Sampel.....	28
3.3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4 Variabel Penelitian	29
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	30
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.6.1 Jenis Data.....	33
3.6.2 Sumber Data.....	33
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.8 Skala Pengukuran Data.....	35
3.9 Teknik Analisis Data.....	36
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	36
3.9.2 Uji Instrumen Data.....	36
3.9.2.1 Uji Validitas.....	36
3.9.2.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.9.3.1 Uji Normalitas.....	38
3.9.3.2 Uji Multikolonieritas.....	38
3.9.3.3 Uji Hiteroskedastisitas.....	39
3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.9.5 Uji Hipotesis	41
3.9.5.1 Uji Koefisien Determinasi	41
3.9.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	42
3.9.5.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	43

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum.....	44
4.1.1 Profil singkat Pantai Lombang.....	44
4.2 Gambaran Umum Responden.....	46
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	47
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernikahan.....	48
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber infomasi Pantai Lombang.....	50
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Kunjungan Per Tahun.....	50
4.2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tigkat Kunjungan Dalam Kurun Waktu 1 Tahun Terakhir.....	51
4.3 Deskripsi Variabel.....	52
4.3.1 Deskripsi Variabel Advertising.....	52

4.3.2 Deskripsi Variabel Sales Promotion.....	53
4.3.3 Deskripsi Variabel Public Relation and Publicity.....	55
4.3.4 Deskripsi Variabel Direct Marketing.....	56
4.3.5 Deskripsi Variabel Keputusan Berkunjung.....	57
4.4 Hasil Uji Instrumen Data.....	58
4.4.1 Uji Validitas.....	58
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.5.1 Uji Normalitas.....	60
4.5.2 Uji Multikolonieritas.....	61
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.6 Hasil Analisis Data.....	63
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.6.3 Uji Hipotesis.....	67
4.6.3.1 Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan).....	67
4.6.3.2 Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial).....	67
4.7 Pembahasan.....	69
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
 DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data kunjungan wisata.....	3
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Pantai Lombang.....	50
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Kunjungan Per Tahun.....	50
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Kunjungan Dalam Kurun Waktu 1 Tahun Terakhir	51
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variable <i>Advertising</i> (X1)	52
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2)	53
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Public Relation and Publicity</i> (X3).....	55
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Direct Marketing</i> (X4)	56
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas.....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	66
Tabel 4.20 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4.21 Hasil Uji t.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas(<i>Normal Probability Plot</i>).....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Hiteroskedastisitas(<i>Scatterplot</i>)	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Tabulasi Data
Lampiran 3	: Deskripsi-Deksripsi
Lampiran 4	: Uji Validitas
Lampiran 5	: Uji Reliabilitas
Lampiran 6	: Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik