

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN LOKAL UNTUK BERKUNJUNG
KE SUNGAI SEKANAK KOTA PALEMBANG.**



SKRIPSI

Nama : Marisa Sartika Dewi

Nim : 212018396

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
WISATAWAN LOKAL UNTUK BERKUNJUNG KE SUNGAI SEKANAK
KOTA PALEMBANG.**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Marisa Sartika Dewi

Nim : 212018396

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2022**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marisa Sartika Dewi
Nim : 212018396
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung Ke Sungai Sekanak Kota Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di instansi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan normayang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Juni 2022


Musa
Marisa Sartika Dewi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan
Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung Ke Sungai Sekanak
Kota Palembang.
Nama : Marisa Sartika Dewi
NIM : 212018396
Fakultas : Ekonomi
Program studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, Juni 2022

Pembimbing I



Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M.
NIDN : 0206016702

Pembimbing II



Wani Fitriah, S.E., M.Si
NIDN : 0228016501

Mengetahui, Dekan
u.b. ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zuleha Lelindayani, SE, M.Si
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya." (Q.S Al-Zalzalah: 7)

Persembahan :

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku
2. Saudara-saudaraku



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul Pengaruh Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung Ke Sungai Sekanak Kota Palembang. Yang mana skripsi ini diajukan sebagai syarat pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orangtua ku tercinta dan seluruh keluarga besarku semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka, dan melindungi mereka dimanapun berada Aamiinn.

Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani S.E, M.Si dan Bapak Chandra S.Pd.,M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 dan ibu Wani Fitriah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan

kesabaran membimbing, mendidik dan memberikan arahan dan masukan yang amat sangat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Fakultas FEB Universitas Muhammadiyah Palembang ini.
5. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk penulis membuat skripsi.
6. Terima kasih untuk sahabat yang telah banyak membantu serta memberikan subangsi pemikiran, semangat dalam memperlancar penulisan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah angkatan 2018

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak yang sifat nya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, Juli 2022

Marisa Sartika Dewi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Sebelumnya	22
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian	29
C. Operasionalisasi Variabel	30
D. Populasi dan Sampel	31
E. Data yang Diperlukan	33
F. Metode Pengumpulan Data	33
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan Hasil Penelitian	63

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	68
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Kunjungan Wisatawan Ke Kota Palembang	4
Tabel I.2 Objek Wisata Kota Palembang	6
Tabel III.1 Operasional Variabel	30
Tabel IV.1 Uji Validitas	43
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	44
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel IV.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel IV.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Produk.....	50
Tabel IV.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Place	53
Tabel IV.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi	56
Tabel IV.10 Regresi Linier Berganda	59
Tabel IV.11 Hasil Uji Hipotesis (Simultan) F	60
Tabel IV.12 Hasil Uji t (parsial)	61
Tabel IV.13 Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Kerangka Pemikiran	27
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Jadwal Penelitian.....	76
Lampiran : Rekapitulasi Jawaban Responden.....	77
Lampiran : Print Out Spss Regresi Linier Berganda, Anova, Uji F, Uji T.....	78
Lampiran : Print Out Spss Uji Validitas Dan Realibilitas.....	79
Lampiran : Print Out Frekuensi Jawaban Responden.....	84
Lampiran : Tabel Distribusi F.....	92
Lampiran : Tabel Distribusi T.....	93
Lampiran : Tabel R.....	94
Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi.....	95
Lampiran : Surat Keterangan Telah Melaksanakan Riset.....	96
Lampiran : Sertifikat AIK	97
Lampiran : Sertipikat SPSS.....	98
Lampiran : Plagiarisme.....	99
Lampiran : Biodata Penulis.....	100

ABSTRAK

Marisa Sartika Dewi/212018396/2022/ Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung Ke Sungai Sekanak Kota Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini 1. Adakah Pengaruh (Product, Place dan Promotion) Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak. 2. Adakah Pengaruh Product Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang 3. Adakah Pengaruh Place Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang 4. Adakah Pengaruh Promotion Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 warga di tempat objek wisata sungai sekanak dengan teknik menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui Kuesioner (Angket) dan Dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan 1. Ada Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung Ke Sungai Sekanak Kota Palembang.Kota Palembang 2. Ada Pengaruh product Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang 3. Ada Pengaruh place Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang 4. Ada Pengaruh promotion Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang

Kata kunci: Product, Place, Promotion dan Keputusan Wisatawan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Abad 21 telah melihat aktivitas pariwisata menjadi industri terbesar di dunia. Dibandingkan dengan sektor ekonomi lainnya, industri ini menunjukkan pertumbuhan yang stabil. Fenomena ini menyebabkan banyak negara, wilayah, kota, dan investor di dunia melirik, terjun dan membenamkan diri di dunia pariwisata. Indonesia menyadari kekuatan sektor ini dan terus mengembangkan industri pariwisata di dalam negeri (Sri Rahayu, 2021:11).

Peranan sektor pariwisata terhadap penerimaan devisa di Indonesia cukup signifikan dan selalu meningkat, misalnya pada tahun 2003 penerimaan devisa dari sektor ini sebesar 4037,02 juta USD pada tahun 2007 menjadi 5345,98 juta USD. Bagian ini hanya menyumbang sekitar 17,25% dari pengeluaran wisatawan dunia sebesar 474 miliar USD atau US \$5 miliar setiap hari. Artinya, kemajuan ekonomi industri pariwisata menjanjikan bagi banyak orang dan banyak negara di dunia. Pariwisata telah menjadi sumber terbesar dan sektor terkuat dalam masalah keuangan ekonomi global. (Sri Rahayu, 2021)

Pariwisata baik jenis pariwisata domestik maupun pariwisata internasional di dalamnya mengandung berbagai aspek, yaitu aspek sosiologis, psikologis, hukum, ekonomi, ekologis, dan mungkin aspek lainnya. Namun demikian di antara aspek-aspek tersebut yang sering mendapat perhatian tersendiri dan dianggap penting adalah aspek ekonomi. Hal ini karena pariwisata sangat berpengaruh terhadap penerimaan negara melalui devisa dan pajak, di samping

itu juga berpengaruh pada peningkatan pendapatan penduduk setempat. Mengingat begitu pentingnya peran pariwisata dalam pembangunan ekonomi dunia sehingga pariwisata sering dijuluki sebagai passport to development, maka tidak berlebihan bila hampir semua negara saat ini saling berkompetisi menjual keindahan alamnya, keunikan budayanya, dan keramah-tamahan penduduknya ke berbagai negara yang menjadi pasar potensialnya. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tempat wisata alam yang menarik.

Kekayaan alam Indonesia sebagian besar 70% adalah wilayah lautan dengan perairan seluas 93.000 km dan panjang pantai sekitar 81.000 km atau hampir 25% dari panjang pantai di dunia, hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara maritim terbesar di dunia (www.indonesia.travel: 2018). Indonesia memiliki 17.504 pulau dan tempat-tempat wisata alam yang memiliki potensi besar untuk mendatangkan wisatawan. Di Indonesia, beberapa kepala daerah baik tingkat kabupaten maupun provinsi sudah mulai menyadari, bila potensi destinasi wisata di daerahnya dapat dikelola dengan baik, maka akan dapat memberikan kontribusi pendapatan yang signifikan bagi pendapatan asli daerahnya.

Pariwisata yang ada di Kota Palembang diperlukan suatu metode pemasaran yang tepat, sehingga dapat membantu untuk mengetahui dan menentukan berapa besar persentase kualitas objek pariwisata serta tingkat kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan dan kualitas objek pariwisata dapat dikelompokkan berdasarkan komponen *Marketing Mix* seperti produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).

Produk dalam arti luas adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk dapat digunakan maupun dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2017).

Promosi (*promotion*) Perusahaan berusaha untuk mengenalkan produk dan jasanya ke pasar melalui strategi promosi. Barang dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan harus dikenal, diketahui, dibutuhkan dan diminta oleh konsumen, maka perusahaan akan melakukan usaha-usaha untuk mempromosikan produk mereka melalui periklanan dan promosi (Suryana, 2013).

Konsep yang dipakai untuk mengenalkan produk yaitu *promotion mix*. Menurut (Nana, 2015) marketing mix atau bauran pemasaran dapat diartikan sebagai sekumpulan dari variable-variabel yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran atau dengan kata lain 4P merupakan kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang merupakan faktor internal yang berada dalam jangkauan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan maka dari itu marketing mix sangat dibutuhkan dalam penelitian ini terutama dalam bidang pariwisata di kota Palembang.

Kota Palembang sebagai ibukota Provinsi Sumatera Selatan yang merupakan kota terbesar kedua di Pulau Sumatera setelah Medan, serta sebagai pusat pemerintahan Provinsi Sumatera Selatan, dan kegiatan perdagangan. Pariwisata menjadi salah satu prioritas utama pembangunan

Kota Palembang. Sungai Musi yang merupakan sungai terpanjang di Pulau Sumatera. Sampai saat ini Sungai Musi masih menjadi alternatif sarana transportasi masyarakat Kota Palembang. Demi meningkatkan program kunjungan wisata ke kota Palembang, Maka salah satu kawasan yang dapat menjadi destinasi wisata adalah memanfaatkan tepian anak Sungai Musi sungai Sekanak dengan pembangunan destinasi wisata buatan baru.

Bentuk upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan melestarikan kawasan wisata dengan menciptakan strategi yang sesuai untuk pengembangan kawasan wisata. Sehingga dengan demikian Pemerintah dalam hal Dinas Pariwisata dapat mengambil langkah yang tepat dalam pengembangan kawasan wisata baru melalui bauran pemasaran jasa

Tabel I.1

Data Kunjungan Wisatawan Ke Kota Palembang Tahun 2017 – 2021

Tahun	Wisatawan	
	Macanegara	Nusantara
2017	6.391	1.660.871
2018	7.061	1.819.346
2019	7.928	1.724.275
2020	2.261	1.101.887
2021	7.850	2.001.567

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Palembang, 2021

Berdasarkan data kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara (wisnu-wisman) Kota Palembang dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun. baik wisatawan nusantara maupun

wisatawan mancanegara. Pada tahun Tahun 2020 wisatawan mengalami penurunan yang sangat drastis hal ini dikarenakan indonesia terkena dampak covid-19 maka dari itu pemerintah menerapkan aturan pembatasan kegiatan dan aktivitas diluar rumah sehingga mengakibatkan penurunan yang sangat signifikan terhadap wisatawan dimana wisatawan nusantara berjumlah 1.724.275 orang dan wisatawan mancanegara 8.028 orang. Tahun 2021 jumlah wisatawan mengalami peningkatan jumlah dimana wisatawan nusantara 2.001.567 orang dan wisatawan mancanegara 7.850 orang kenaikan hal ini dikarenakan pemerintah telah mencabut pembatasan kegiatan dan aktivitas diluar rumah. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Untuk meningkatkan lagi minat wisatawan yang menurun maka perlu dirancang strategi pemasaran yang lebih baik, guna menciptakan kesadaran dan ketertarikan konsumen terhadap wisata yang ditawarkan sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan disebut dengan Marketing Mix atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran memiliki peranan yang penting dalam kegiatan bisnis yang dijalankan perusahaan, karena bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang didalamnya memiliki variabel variabel yang dapat membantu mensukseskan penjualan produk yang terdiri dari *product, place, promotion,*

Kota Palembang memiliki beberapa tempat destinasi wisata yang sangat potensial. seperti Jembatan Ampera, Pulau Kemaro, Taman Wisata bukit Siguntang, Taman Wisata Punti Kayu. dan yang baru baru ini ialah Sungai Sekanak kota Palembang. Fenomena ini sangat dipengaruhi oleh perilaku dan

minat masyarakat setempat khususnya dengan tingkat kunjungan ke tempat wisata semakin meningkat, baik pada hari - hari biasa maupun hari libur. Pemerintah Kota Palembang dan para pelaku industri pariwisata mulai melakukan berbagai upaya untuk pengembangan dan pendayagunaan potensi pariwisata yang ada. Namun, pada kenyataannya sampai saat ini pemasaran pariwisata yang telah dilakukan oleh pemerintah melalui Palembang emas 2023.

Tabel I.2
Objek Wisata Kota Palembang

Objek Wisata Sejarah	Objek Wisata Budaya
<ol style="list-style-type: none"> 1. Jembatan Ampera 2. Benteng Kuto Besak 3. Bukit Siguntang 4. Museum Balaputra Dewa 5. Museum Sultan Mahmud Badaruddin II 6. Monumen Perjuangan Rakyat 7. Masjid Agung 8. Masjid Kiai Muara Ogan 9. Masjid Lawang Kidul 10. Masjid Pulau Seribu 11. Masjid Al Muhammadiyah Simpang Suro 12. Makam Kambang Koci 13. Makam Kawah Tekurep 14. Makam Sultan Agung 15. Makam Sabokingking 16. Makam Bagus Kuning 17. Makam Cinde Welang 18. Makam KI Gede Ing Suro 19. Makam Sultan M.Mansyur 20. Makam Ariodillah 21. Makam Limas Cek Mas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Makam Limas Cek Mas 2. Rumah Limas Bayumi Wahab 3. Kawasan 1 Ilir (Rumah Temenggung Jompong, Masjid dan Makan Sultan Agung, serta pusat kerajinan rotan) 4. Kawasan Tuan Kentang 5. Kawasan Pasar 16 Ilir 6. Kawasan Sungai Lumpur 7. Kawasan Sekanak 8. Kampung Songket 9. Lr. Kampung Firma 10. Kelenteng Dwi Kwan Im 11. Kampung Kapitan 12. Kampung Arab Al-Munawar 13. Pabrik Es Assegaf 16 Ulu 14. Rumah- Rumah Adat di Dekranas 15. Goa Jepang Jalan Ario Kemuning 16. Goa Jepang Jalan Joko.

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Palembang, 2021

Baru baru ini ialah sungai sekanak kota Palembang Sebagai salah satu kota tertua di Indonesia, kota Palembang juga memiliki sebuah kawasan atau daerah

dengan tema bangunan-bangunan klasik yaitu terdapat di Kawasan Sekanak. Berdasarkan Peraturan Walikota Palembang Nomor 16 tahun 2017 ditetapkan bahwa pengelolaan Kawasan baru dengan nama sungai Sekanak akan dikelola sebagai destinasi wisata dengan tema kota tepian sungai.

Sepanjang tepian Sungai Sekanak akan dikembangkan menjadi kawasan wisata buatan di Kota Palembang. Terkait fenomena *Place* (Lokasi) Sungai Sekanak merupakan anak Sungai Musi yang dulunya terkenal kumuh, penuh tumpukan sampah dan bau busuk dan serta akses lokasi yang tidak mudah diakses ditambah lalu lintas yang padat. Upaya dalam pembangunan kawasan destinasi wisata buatan Sungai Sekanak ini dibantu oleh Dinas Pekerjaan Umum dalam merestorasi tampilan sungai menjadi indah dan penuh warna. Selanjutnya terkait dengan masih minimnya sarana dan prasarana, dengan ditambahkan beberapa fasilitas umum maka diambil variabel *product* dimana fasilitas umum yang ada harus sesuai dan tempat guna sehingga menghindari penambahan fasilitas yang tidak berguna. Namun potensi objek wisata ini dapat dikatakan belum dikembangkan secara optimal Hal tersebut dikarenakan kurangnya promosi untuk mengenalkan kepada masyarakat mengenai destinasi wisata sungai sekanak sehingga peneliti menambahkan variabel *promotion* sebagai variabel yang akan membahas tentang promosi wisata. Dalam pengembangan potensi Sungai Sekanak menjadi destinasi wisata ini. Maka dari itu peneliti mengambil variabel *product*, *place*, *promotion*, pengambilan tiga variabel ini berdasarkan fenomena ini terjadi.

Hal ini dikarenakan adanya anak Sungai Musi yang mengalir di kawasan tersebut dan dinamakan dengan Sungai Sekanak. Namun kecenderungan sekarang ini memperlihatkan terjadi penurunan kualitas lingkungan dan arsitektur yang terdapat di Kawasan Sekanak, mulai dari kebersihan kawasan sampai dengan kondisi fisik dari bangunanbangunan klasik yang terdapat di Kawasan Sekanak. Potensi-potensi fisik dan non fisik, sosial budaya dan sejarah yang ada di Kawasan Sekanak belum terealisasikan. Sedangkan perkembangan pariwisata selalu mengikuti

Dari penelitian terdahulu yang telah disampaikan di atas, peneliti merasa tertarik terhadap tema yang telah diteliti sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Strategi Dinas Pariwisata Kota Palembang Dalam Mengembangkan Potensi Sungai Sekanak Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata. Peneliti merasa tertarik terhadap pengembangan destinasi wisata ini, karena pengembangan ini merupakan salah satu konsep pemerintah dalam meningkatkan pembangunan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung Ke Sungai Sekanak Kota Palembang.Kota Palembang.**

B. Rumusan Masalah

1. Adakah Pengaruh (*Product*, *Place* dan *Promotion*) Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak. ?
2. Adakah Pengaruh *Product* Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang ?
3. Adakah Pengaruh *Place* Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang ?
4. Adakah Pengaruh *Promotion* Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *Product*, *Place* dan *Promotion* Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak
2. Untuk Mengetahui Pengaruh *Product* Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang
3. Untuk Mengetahui Pengaruh *Place* Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang
4. Untuk Mengetahui Pengaruh *Promotion* Terhadap Keputusan Wisatawan Lokal Untuk Berkunjung ke Sungai Sekanak Kota Palembang

D. Manfaat Penulisan

1. Bagi Penulis.

Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi Pemasaran serta dapat meningkatkan kemampuan menganalisis suatu masalah melalui penelitian secara langsung.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

3. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan evaluasi pemerintah setempat sebagai pengelola tempat wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, 2005, *Ekonomi Pariwisata*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta. Assauri,
- Augusty, Ferdinand. (2017). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Buchari Alma., 2016 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Dola Sari (2018) *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Waterboom Di Kota Sawahlunto*. E-Journal Ecogen : Vol 1, No 1 Tahun 2018
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran.Jilid 1*, Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga.
- Kevin Lane Keller 2016, *Marketing Management* Edisi Kesembilan.Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy, Ph.D dan Gregorius Chandra.(2016). *Service, Quality & Satisfaction edisi 3* ,Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

- Karmila Sari (2021) *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Bantimurung Kabupaten Maros*. E-Journal Unismu : Tahun 2021
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Grama Ilmu
- Mayasari (2021) *peran bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian generasi milenial: studi jajanan tradisional*. At-tadbir: jurnal ilmiah manajemen, 5 (2). Tahun 2021
- Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Pustaka Setia.
- Olivia Christy Paramulia, Silvy L. Mandey, Ferdy. Roring (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Rumah Alam Manado*. E-Journal Unsrat : Vol 7, No 3 Tahun 2019
- Rose Rahmidani (2019) *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan*. E-Journal Ecogen : Vol 2, No 3 Tahun 2019
- Sri Rahayu, (2021) *The Effect of Promotion, Service Quality, Brand Image on the Satisfaction of the Tourists Visiting the City Palembang and the Implication on Their Loyalty to the Visited Resorts*, E-Journal Repository UMP : Tahun 2021.
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Vita Nur Jannah, Rois Arifin, M. Hufron (2018) *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Pantai Gili Noko Di Bawean*. E-Journal Unisma : Vol 7, No 11 Tahun 2018