

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET OPI WATERFUN
PALEMBANG**



SKRIPSI

Nama : Reza Azhari
NIM : 212018351

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
2022**

Skripsi

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET OPI WATERFUN
PALEMBANG**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**Nama : REZA AZHARI
NIM : 212018351**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
2022**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reza Azhari
NIM : 212018351
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
Tiket Opi Water Fun Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
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 norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2022



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan
Pembelian Tiket Opi WaterFun Palembang
Nama : Reza azhari
Nim : 212018351
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Agustus 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

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

Fitantina, S.E., M.Si
NIDN: 0028026301

MengetahuiDekan

U.b Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“..Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuatu dengan kesanggupannya..”

(Al Baqarah ayat 286)

Terus semaangat dan bersyukur karena banyak diluar sana yang tidak seberuntung kita

Terucap Syukurku kepadamu Ya Allah...

Skripsiku ini ku persembahkan kepada:

- 1. Ayahanda (Marjelis) dan Ibunda (Gembira)**
- 2. Kakak Perempuan (Septia Kelara)**
- 3. Almamater**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Opi WaterFun Palembang** ini dengan tepat waktu.

Atas selesainya skripsi sebagai bagian dari tugas akhir ini, ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Ayah Marjelis Jangguk dan Ibunda Ira Gembira tersayang. Mereka adalah orang tua yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, SE, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd, M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Ibu Dr.Sri Rahayu, S.E., M.M dan Ibu Fitantina,S.E.,M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik,

serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Ibu Mardiana Puspasari, S.E.,M.SI selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Kakak perempuanku Septia Kelara yang selalu mendukung dan memberi support dalam segala hal.
7. Seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu
8. Sahabatku terkhusus untuk yang telah berkontribusi lebih kepada Rara Ayu Syipa, Orina Hijrah, Sania Palupi, Febri Yanti Anggraini, terima kasih atas saran sertabantuannya dan juga my support system Rhama Arya Kusuma terima kasih atas semuanya.
9. Teman-teman satu angkatan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen angkatan 2018.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Mudah-mudahan laporan penelitian ini dapat bermanfaat. Amin

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Palembang, Juli 2022

Reza Azhari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
1. Landasan Teori	11
2. Penelitian Sebelumnya.....	23
3. Kerangka Pemikiran	27
4. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
a. Jenis Penelitian	31
b. Lokasi Penelitian	32
c. Operasionalisasi Variabel.....	32
d. Populasi dan Sampel.....	33
e. Data yang Diperlukan	34
f. Metode Pengumpulan Data	35
g. Analisis Data dan Teknik Analisis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	44
B. Pembahasan dan Hasil	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	4
Tabel II.1	22
Tabel III.1	27
Tabel IV.1	44
Tabel IV.2	45
Tabel IV.3	47
Tabel IV.4	48
Tabel IV.5	49
Tabel IV.6	50
Tabel IV.7	52
Tabel IV.8	53
Tabel IV.9	62
Tabel IV.10	64
Tabel IV.11	65
Tabel IV.12	66
Tabel IV.13	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1	9
Gambar II.2	24
Gambar IV.1.....	41
Gambar IV.2	42
Gambar IV.3.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuisisioner
- Lampiran 3 : Tabel Tabulasi
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Regresi Linear Berganda, Uji f & Uji t
- Lampiran 6 : Uji Validitas Variabel Y & X1, X2
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 9 : Tabel T
- Lampiran 10 : Tabel F
- Lampiran 11 : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran 12 : Sertifikat Komputer
- Lampiran 13 : Plagiat Cheker
- Lampiran 14 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 15 : Biodata Penulis

ABSTRAK

Reza Azhari / 212018351 / 2022 / Pengaruh Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Opi WaterFun Palembang

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Opi WaterFun Palembang, baik secara Simultan maupun Parsial. Jenis penelitian Asosiatif, Populasi yang digunakan dalam penelitian ini bersifat infinite atau tidak diketahui dan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer dan Data Sekunder dengan menggunakan metode pengumpulan data kuisisioner dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data yang digunakan yaitu Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (uji F) ada pengaruh signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Secara parsial/individu (uji t) menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian dan ada pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa harga dan promosi berkontribusi sebesar 69,5% terhadap perubahan keputusan pembelian, sedangkan sisanya 30,5% disumbang oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Reza Azhari / 212018351 / 2022 / The Influence of Price on the Decision to Purchase WaterFun Palembang's Opi Tickets.

The purpose of this study was to determine the effect of price and promotion on the decision to purchase tickets for Opi WaterFun Palembang, either simultaneously or partially. Associative research type, the population used in this study is infinite or unknown and the number of samples is 97 respondents. The data used in this study are primary data and secondary data using questionnaires and documentation data collection methods. Then the data analysis technique used is Multiple Linear Regression. The results of this study indicate that together (F test) there is a significant effect between price and promotion on purchasing decisions. Partially/individually (t test) shows that there is a significant effect of price on purchasing decisions and there is a significant effect of promotion on purchasing decisions. The result of the coefficient of determination shows that price and promotion contribute 69.5% to changes in purchasing decisions, while the remaining 30.5% is contributed by other variables not included in this study.

Keywords: Price, Promotion, and Purchase Decision

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan secara menyeluruh oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen. Jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Ketika pemasaran sesuai dengan targetnya, perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan banyak keuntungan yang didapatkan.

Tujuan utama dalam pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan cara memenuhi kebutuhan tersebut. Jika semua proses pemasaran telah dilakukan dengan benar konsumen tidak perlu diyakinkan lagi. Mereka akan membeli produk dan merasa puas dengan produk yang telah dikonsumsinya serta akan membelinya lagi dimasa yang akan datang.

Menurut Kotler dalam Sangadji (2014: 7) perilaku konsumen adalah ilmu tentang individu, kelompok, dan organisasi yang akan membenruk sebuah pasar sehingga akan muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit tempat pembelian kelompok, dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012: 166) menjelaskan keputusan pembelian merupakan proses yang dilakukan konsumen yang terdiri dari lima tahap seorang konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian dan selanjutnya setelah melakukan keputusan pembelian.

Wibowo dan Priansa (2019:117) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Wibowo dan Priansa (2019:118) meyakini bahwa, promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan, hak dengan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan maupun dengan publisitas. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk atau jasa, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat diandalkan dalam pembangunan nasional. Pariwisata diharapkan dapat membantu dan menunjang pendapatan daerah, yang nantinya bisa digunakan untuk mengembangkan potensi daerah yang lain dan dapat meningkatkan pembangunan daerah yang lebih baik.

Salah satu tempat wisata di Kota Palembang yaitu Opi Water Fun, yang berdiri sejak 28 november 2010 seebagai perusahaan yang berada dibawah naungan PT. Sekawan Kontrindo yang tujuannya untuk mengembangkan dan memajukan area Jakabaring menjadikan area yang lebihdiminati oleh masyarakat di berbagai kalangan, objek sarana ini sangat dibutuhkan. Berdasarkan penelitian yang mengenai adanya kekurangan area wisata bagi masyarakat Palembang, Opi Water Fun hadir sebagai sarana hiburan ataupun edukasi. Lokasi yang strategis dengan pemukiman masyarakat yang berada tidak jauh dari pusat Kota Palembang yaitu komplek Opi Mall, Jl. Gubernur HA. Bastari, Jakabaring, Sumatera Selatan.

Selain lokasinya yang strategis dan selama Opi Water Fun beroperasi, perusahaan disekitar juga turut dibangun, mulai dari Opi Mall, Palembang Bird Park, bahkan Wyhndam Hotel. Hal ini juga memungkinkan bahwa masyarakat yang berkunjung menikmati sarana hiburan ini. Akses masuk ke area ini sudah mencakup dari beberapa perusahaan tersebut atau berada didalam ruang lingkup area yang sama dan tidak berjauhan.

Namun dari beberapa informasi yang peneliti dapatkan dari pengunjung wisata di Opi Water Fun Palembang. Peneliti bertanya kepada 30 orang pengunjung guna untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian tiket wisata di Opi Water Fun Palembang, dan untuk lebih jelas dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel I.1
Tanggapan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Opi Water Fun Palembang

No	Pertanyaan	Alternatif jawaban	
		Ya	Tidak
	Produk		
1	Apakah anda selalu berminat membeli dan mengunjungi ulang objek wisata Opi WaterFun Palembang?	3	
2	Apakah anda memutuskan membeli tiket wisata Opi Water Fun Palembang karena harganya tiket terjangkau?	1	
3	Apakah anda mengunjungi dan membeli tiket wisata Opi Water Fun Palembang karena promosinya menarik?	2	
4	Produk wisata Opi WaterFun Palembang bervariasi	2	
5	Kualitas produk Opi WaterFun Palembang baik	2	
6	Produk Wisata Opi WaterFun Palembang yang diujakan unik dan mempunyai ciri khas	1	
	Harga		
7	Tarif masuk objek wisata Opi WaterFun Palembang terjangkau		4
8	Tarif masuk objek wisata Opi WaterFun Palembang sesuai dengan kualitas produk wisata yang didapatkan.		3
9	Tarif masuk objek wisata Opi WaterFun Palembang sesuai dengan manfaat produk wisata yang didapatkan		2
	Lokasi		
10	Lokasi objek wisata Opi WaterFun Palembang strategis dan mudah ditemukan	1	
11	Tempat parkir objek Wisata Opi WaterFun Palembang luas	2	
12	Wilayah objek wisata Opi WaterFun Palembang aman	2	
	Promosi		
13	Informasi yang didapatkan mengenai wisata Opi WaterFun Palembang akurat dan jelas		3
14	Iklan mengenai objek wisata Opi WaterFun Palembang diberbagai media sosial atau baliho menarik.		2
Jumlah		30	

Sumber: Hasil Pra Riset 2022

Berdasarkan pada pra-riset diatas, pengunjung secara umum mengakui bahwa harga dan promosi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu komponen yang sangat mempengaruhi konsumen untuk berminat membeli atau menggunakan produk atau jasa itu lagi dan tarif yang kurang terjangkau dan tidak sesuai kualitas produk wisata yang di dapatkan. Sertainformasi yang didapatkan mengenai wisata Opi Water Fun Palembang kurang akurat dan jelas, lalu mengenai kurangnya iklan objek wisata Opi Water Fun Palembang diberbagai media sosial atau baliho menarik. Karena dalam pemasaran promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan dan mempengaruhi konsumen untuk membeli maupun menggunakan produk.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Opi Water Fun Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket Opi Water Fun Palembang?
2. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tiket Opi Water Fun Palembang?
3. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tiket Opi Water Fun Palembang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket Opi Water Fun Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian tiket Opi Water Fun Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian tiket Opi Water Fun Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

Peneliti dapat memberikan gambaran praktek dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.

2. Manfaat bagi lokasi penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan berguna dan pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak terkait untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket wisata Opi Water Fun Palembang.

3. Manfaat bagi almamater

Sebagai bahan masukan bagi perguruan tinggi untuk menambahkan salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya khususnya terhadap kajian sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, M. S. (2016). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Cafe Coffee Time Kopo Bandung* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas). Sumber : <http://repository.unpas.ac.id>
- Asiati, Isnaini Diah, dkk. 2019 *Metode Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri
- Asiati, D. I., Fitriah, W., Safitri, E., Nurrahmi, M., & Choiriyah. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. NoerFikri.
- Bawono, A., Isanawikrama, I., Arif, K., & Kurniawan, Y. J. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Belanja Online (Studi Kasus pada Situs Belanja Online XYZ). *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Daniel I Nyoman Renatha Cardila dan I Wayan Sartika (2019) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Endang Wulandari, Annisa Retno Utami (2019) *Pengaruh Harga, Promosi dan Atraksi Wisata Terhadap Keputusan Pembelian tiket Universal Studio Singapore*. Sumber : <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/accounting>
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Kotler & Gary Amstrong. 1992. *Dasar-dasar Pemasaran*. (Edisi V. Jilid 2). Printice Hall.
- Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Dan Skripsi (2022). Palembang, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). *Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62-69.
- Salman Farisi, Qahfi Romula Siregar (2020) *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan*. Sumber :

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/download/4941/4398>

Soni Suntani Sentiana (2018) *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Sumber : <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandi. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta ; Andi

Wijaya, I. (2019). *Pengaruh kemasan dan promosi terhadap keputusan pembelian Produk Minuman Teh Pucuk Harum: Studi kasus pada Anggota UKM Lembaga Dakwah Mahasiswa 2018 UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. Sumber :

<http://terorisjalanan.blogspot.com/2015/05/ccontoh-siklus-hidup-produk-minuman-ale.html?m=1><https://hepii.com/pt-tirta-alam-segar/>