

PENGARUH *PRICE, PROMOTION, PROCESS, PEOPLE* DAN *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA OBYEK TAMAN WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG

SKRIPSI



Nama : Goernito Cakra Perbawa

NIM : 212019287

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

SKRIPSI
PENGARUH *PRICE, PROMOTION, PROCESS, PEOPLE* DAN *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA OBYEK TAMAN WISATA ALAM PUNTI KAYU PALEMBANG

**Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemenen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Nama : Goernito Cakra Perbawa

NIM : 212019287

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Goernito Cakra Perbawa

NIM : 212019287

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh *Price, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence* Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Pada Obyek Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat 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 di tulis atau di publikasikan 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, April 2023

Goernito Cakra Perbawa
NIM 212019287

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Univesitas Muhammadiyah
Palembang

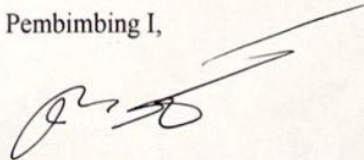
TANDA PENGESAHAN SKRISI

Judul : Pengaruh *Price, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence*
Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Pada Obyek Taman Wisata Alam
Punti Kayu Palembang

Nama : Goernito Cakra Perbawa
NIM : 212019287
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal

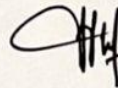
Pembimbing I,



Mardiana Puspasari, S.E., M.Si

NIDN : 0226107001

Pembimbing II,



Nadia Afriliana, S.E., M.Si

NIDN : 0219048501

Mengetahui,
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya.” (Q.S Al-Zalzalah:7)

Persembahan :

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Orangtua ku
2. Keluarga dan saudara-saudara ku



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul Pengaruh *Price, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Taman Wisata Alam Pundi Kayu 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 Agus Rochmat Basuki, dan Yuli Yetti selaku kedua orangtua saya dan seluruh keluarga besar semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka, dan melindungi mereka dimanapun berada Aamiinn.

Selesainya 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. Bapak Yudha Mahrom, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. 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
4. Ibu Mardiana Puspasari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing 1 dan ibu Nadia Afriliana, 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.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan

memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Fakultas FEB Universitas Muhammdiyah Palembang ini.

6. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk penulis membuat skripsi.
7. Ayah ku Agus Rochmat Basuki dan Ibuku Yuli Yetti serta Adikku tercinta yang senantiasa selalu mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ajeng Santika Putri yang telah banyak berkontribusi serta memberikan sumbangsih semangat, pemikiran dan beberapa kegiatan memperlancar kegiatan skripsi
9. Sahabat dan rekan-rekan mahasiswa FEB muhammafiyah yang telah banyak membantu serta memberikan sumbangsih pemikiran, semangat dalam memperlancar penulisan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Palembang, April 2023

Goernito Cakra Perbawa

NIM 212019287

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	
Halam Judul	i
Halam Pernyataan Bebas Plagiat	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Prakata	v
Halaman Daftar Isi	vii
Halaman Daftar Tabel	ix
Halaman Daftar Gambar	xi
Halaman Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Sebelumnya	20
C. Kerangka Pemikiran	24

D. Hipotesis	27
--------------------	----

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian	30
C. Operasionalisasi Variabel	31
D. Populasi dan Sampel.....	32
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.....	45
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Kunjungan Wisatawan ke TWA Punt Kayu	4
Tabel I.2 Destinasi Wisata di Kota Palembang	5
Tabel I.3 Alasan Orang kurang berminat mengunjungi TWA Punt Kayu.....	6
Tabel II.1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Tabel II.2 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya.....	24
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel	31
Tabel III.2 Skala Likert	38
Tabel IV.1 Uji Validitas	47
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	48
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	52
Tabel IV.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Berkunjung	53
Tabel IV.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Price</i>	55
Tabel IV.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Promotion</i>	57
Tabel IV.11 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Procees</i>	59
Tabel IV.12 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>People</i>	62
Tabel IV.13 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Physical Evidence</i>	63
Tabel IV.14 Regresi Linier berganda.....	65

Tabel IV.15 Hasil Uji Hipotesis Simultan F	67
Tabel IV.16 Hasil Uji Hipotesis Parsial t.....	68
Tabel IV.17 Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Kerangka Pemikiran.....	29
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran : Jadwal Penelitian
- Lampiran : Surat Pernyataan Selesai Penelitian
- Lampiran : Kuesioner Penelitian
- Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran : Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran : Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja Karyawan
- Lampiran : Uji Validitas dan Reliabilitas Disiplin kerja
- Lampiran : Uji Validitas dan Reliabilitas Lingkungan kerja
- Lampiran : Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran : Frekuensi Jawaban Responden (Y)
- Lampiran : Frekuensi Jawaban Responden (X1)
- Lampiran : Frekuensi Jawaban Responden (X2)
- Lampiran : Tabel Distribusi F
- Lampiran : Tabel Distribusi t
- Lampiran : Sertifikat SPSS
- Lampiran : Sertifikat AIK
- Lampiran : Sertifikat Organisasi
- Lampiran : Hasil Cek Plagiasi
- Lampiran : Biodata

ABSTRAK

Goernito Cakra Perbawa/212019287/2023/Pengaruh *Price, Promotion, Procees, People, dan Physical Evidence* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh (*Price, Promotion, Procees, People, dan Physical Evidence*) secara bersama-sama dan secara parsial terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang. Penelitian ini menggunakan 100 sampel, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara *Accidental Sampling*. Jenis penelitian yang digunakan asosiatif, data yang digunakan merupakan data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi dengan tingkat signifikansi 10%. Hasil analisis Regresi Linier Berganda variabel *Price, Promotion, Procees, People, dan Physical Evidence* mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh bauran pemasaran secara Bersama-sama terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan dengan nilai $F_{hitung} 216,063 > F_{tabel} 1,91$. Sedangkan secara parsial *Price* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung dengan nilai $t_{hitung} 6,148 > t_{tabel} 1,661$. *Promosi* (X2) tidak ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung dengan nilai $t_{hitung} -0,171 < t_{tabel} 1,661$. *Process* (X3) tidak ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung dengan nilai $t_{hitung} 0,130 < t_{tabel} 1,661$. *People* (X4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung dengan nilai $t_{hitung} 1,918 > t_{tabel} 1,661$. *Physical Evidence* (X5) tidak ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung dengan nilai $t_{hitung} -1,767 < t_{tabel} 1,661$. Analisis Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa 91,6% perubahan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan disebabkan oleh besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian, sedangkan sisanya 8,4% disebabkan oleh variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

Kata kunci : *Price, Promotion, Procees, People, Physical Evidence dan Keputusan Berkunjung*

ABSTRACT

Goernito Cakra Perbawa/212019287/2023/The Influence of Price, Promotion, Process, People, and Physical Evidence on Interest in Tourist Visits in the Objects of Punti Kayu Palembang Natural Tourism Park.

This study aims to determine the influence (Price, Promotion, Process, People, and Physical Evidence) jointly and partially on the Interest of Tourists Visiting the Objects of the Punti Kayu Palembang Natural Tourism Park. This study used 100 samples, the sampling technique used a nonprobability sampling technique by accidental sampling. The type of research used is associative, and the data used is primary data. The data collection technique used is a questionnaire. The analysis technique used is Multiple Linear Regression analysis, F test, t-test, and Coefficient of Determination with a significance level of 10%. The results of the Multiple Linear Regression analysis of the variables Price, Promotion, Process, People, and Physical Evidence have a positive influence on Visit Interests. The results showed that there was an influence of the joint marketing mix on the interest of visiting tourists with a Fcount of 216.063 > Ftable of 1.91. While partially Price (X1) has a significant effect on interest in visiting with a tcount of 6.148 > a ttable value of 1.661. Promotion (X2) has no significant effect on interest in visiting with a tcount of -0.171 < a ttable value of 1.661. Process (X3) has no significant effect on interest in visiting with a tcount value of 0.130 < a tcount value of 1.661. People (X4) have a significant effect on visiting intentions with a tcount of 1.918 > a ttable value of 1.661. Physical Evidence (X5) has no significant effect on interest in visiting with a tcount of -1.767 < a ttable value of 1.661. Analysis of the Coefficient of Determination shows that 91.6% of the change in tourist interest is caused by the large contribution of the independent variables to the dependent variable in the study, while the remaining 8.4% is caused by other variables not present in this study.

Key Words : *Price, Promotion, Procees, People, Physical Evidence and interest visit*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Tjiptono (2018) bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasaran untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Kotler dan Keller (2016) merumuskan bauran pemasaran menjadi 7P yaitu : *Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence*.

Untuk pemasaran jasa diperlukan bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan unsur yang telah berkembang. Pemasaran jasa dikatakan sebagai salah satu bentuk produk yang berarti setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lainnya dan bersifat tidak berwujud. Sedangkan alat pemasaran tersebut dikenal dengan istilah “4P” dan dikembangkan menjadi “7P” yang dipakai sangat tepat untuk pemasaran jasa.

Industri pariwisata merupakan industri yang bergerak di sektor jasa. Dalam buku Tjiptono (2016) Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Pada awalnya jasa dikaitkan dengan penjualan produk berwujud, berperan sebagai penyempurnaan produk dan merupakan bagian dari pelayanan dalam pemasaran.

Seperti halnya di Indonesia yang terus membenahi wisatanya, karena Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat berkualitas dengan banyaknya tempat wisata yang menarik dan mempunyai ciri khas tersendiri di setiap provinsi sampai daerah-daerah.

Menurut Areks, Nadjib & Cangara (2015) Industri pariwisata adalah salah satu industri yang berkembang dan terbesar dalam ekonomi global dari sisi menginvestasikan modal. Sejak paruh kedua abad ke-20, jumlah wisatawan internasional telah meningkat jumlahnya, sehingga membuat banyak negara telah menjadi tujuan wisata baru dan pasar untuk permintaan perjalanan. Negara-negara ini, pada akhirnya berkompetisi dan berusaha untuk meningkatkan manfaat dan pendapatan dari kegiatan-kegiatan tersebut negara-negara tersebut mendapatkan sukses dalam domain ini dan akses ke pendapatan *material* dan *immaterial* membutuhkan pemahaman pariwisata fenomena, identifikasi aspek dan konsekuensinya

Menurut Utami (2017) Wisata alam adalah bentuk kegiatan wisata alam yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan. Wisata alam memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam. Selain itu, wisata alam berpotensi dan berdaya Tarik bagi wisatawan serta kegiatannya ditujukan untuk pembinaan cinta alam, baik dalam kegiatan alam maupun setelah pembudidayaan. Wisata alam merupakan suatu kawasan yang bertujuan untuk menjaga dan melestarikan ekosistem beserta komponennya dan dapat dimanfaatkan untuk jasa lingkungan sebagai obyek wisata. Lokasi taman wisata alam seringkali berada

dikawasan hutan, baik hutan lindung, hutan konservasi ataupun hutan produksi. Pada umumnya lokasi wisata alam juga berdekatan dengan pemukiman masyarakat.

Wisata alam menggunakan pendekatan *environmental planning approach*. Penekanan dari pendekatan ini adalah pada konservasi lingkungan tetapi memperhatikan kebutuhan pengunjung akan fasilitas dan kebutuhan dalam melakukan aktivitasnya. Wisata alam dapat berupa pantai, gunung, pemandangan alam, wisata bahari dan wisata tirta. Daya Tarik dalam obyek wisata merupakan salah satu modal utama yang harus dimiliki dalam upaya peningkatan dan pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata. Keberadaan Obyek dan Daya Tarik Wisata merupakan mata rantai terpenting dalam suatu kegiatan wisata, hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata adalah potensi dan daya tarik yang dimiliki obyek wisata tersebut.

Taman Wisata Alam Punti kayu merupakan hutan konservasi dimana terdapat Kawasan suaka alam, cagar alam, dan cagar budaya sebagaimana tercantum dalam Pasal 20 huruf d Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Selatan Nomor 14 Tahun 2006 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Sumatera Selatan. TWA Punti Kayu merupakan satu-satunya lokasi wisata alam dikota Palembang, dan pengusahaannya dilakukan oleh pihak ketiga, yaitu PT. Indosuma Putra Citra sesuai dengan keputusan Menteri Kehutanan NO.735/Kpts-II/1999. Pengelolaan ini dibawah Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Sumatera Selatan. Kawasan TWA Punti Kayu saat ini telah di usahakan oleh pihak ketiga

(PT. Indosuma Putra Citra) untuk kegiatan pariwisata alam dengan izin pengusahaan pariwisata Alam (IPPA) pada areal TWA Pundi Kayu seluas 39,9 ha untuk jangka waktu 30 tahun terhitung mulai tahun 1999. Sebagai sebuah Taman Wisata Alam dalam kota, Pundi Kayu memiliki potensi yang sangat luar biasa, baik sebagai destinasi wisata maupun sebagai penyeimbang udara yang bersih untuk Palembang. Ratusan pohon pinus berjejer di dalamnya, ditambah pula dengan kera yang dengan mudahnya berinteraksi dengan pengunjung.

Tabel I.1
Data Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara
Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang
Tahun 2017 – 2021

Tahun	Wisatawan		Jumlah (Orang)
	Nusantara	M mancanegara	
2017	177.803	24	177.827
2018	182.096	14	182.110
2019	67.403	2	67.405
2020	51.542	-	51.542
2021	95.958	4	95.962

Sumber : BKSDA Sumatera Selatan 2022 (data diolah peneliti)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pengunjung Wisata Alam Pundi Kayu meningkat di tahun 2017 dan 2018. Namun pada tahun 2019 mengalami penurunan yang signifikan akibat pandemi *virus Covid-19* sehingga banyak tempat wisata harus membatasi jumlah masuk pengunjung atau ditutup sementara. Oleh

karena itu diperlukan evaluasi apa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi Taman Wisata Alam Pundi Kayu Palembang.

Peneliti melakukan pra penelitian pada 33 orang yang berkunjung ke beberapa obyek pariwisata yang berada di kota Palembang diantaranya yaitu Jakabaring Sport City, Jembatan Ampera & Benteng Kuto Besak, Bukit Siguntang, Museum Balaputra Dewa, dan Pundi Kayu dengan hasil sebagai berikut :

Tabel I.2
Destinasi Wisata di Kota Palembang

No.	Pernyataan Survey Wisatawan	30 Responden	
		Suka	Tidak Suka
1	Jakabaring Sport City	25	8
2	Jembatan Ampera & Benteng Kuto Besak	23	10
3	Bukit Siguntang	18	15
4	Museum Balaputra dewa	21	12
5	Pundi Kayu	14	19
Jumlah		33	

Sumber : Hasil pra penelitian, 2022

Dilihat dari pra penelitian yang dilakukan diatas, diketahui bahwa objek wisata Pundi Kayu sudah tertinggal oleh para pesaingnya, dan juga jumlah minat wisatawan terhadap Pundi Kayu mengalami penurunan dibandingkan destinasi wisata lainnya. Selanjutnya peneliti mencari informasi mengenai kenapa orang kurang berminat mengunjungi Taman Wisata Alam Pundi Kayu, berikut jawaban Responden :

Tabel I.3
Alasan orang kurang berminat mengunjungi Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang

No.	Pernyataan Survey Wisatawan	33 Responden	
		Ya	Tidak
1	Harga tiket masuk mahal	21	12
2	Petugas kurang ramah	19	14
3	Banyak wahana yang kurang perhatian	20	13
3	Tempatnya kurang terkenal	18	15
4	Kurang lengkap fasilitas dan wahana	17	16
5	Hewan di <i>farmzone</i> tidak terawat	23	10
6	Tempat tidak mudah di jangkau	9	24
7	Taman Wisata Punti Kayu menawarkan fasilitas yang lengkap	5	28
Jumlah		33	

Sumber : Hasil pra penelitian,2022

Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat beberapa masalah terhadap kurangnya minat orang untuk berkunjung ke TWA Punti Kayu yaitu :

1. *Price*(Harga)

pernyataan harga tiket masuk yang mahal menyatakan indikator variabel *price* dalam pemasaran jasa. harga tiket masuk mahal karena ada beberapa wahana pengunjung harus bayar lagi, juga tidak kesesuaian harga dengan fasilitas yang didapat sehingga kurangnya minat wisatawan mengunjungi TWA Punti Kayu Palembang.

2. *Promotion* (Promosi)

Pernyataan tempatnya kurang terkenal menyatakan indikator promosi dalam pemasaran jasa. Instrument ini menimbulkan beberapa pernyataan wisatawan bahwa kurangnya promosi yang dilakukan sehingga banyak calon wisatawan belum mengetahui dengan pasti eksistensi Obyek Wisata Alam Pundi Kayu ini.

3. *People*(Orang)

pernyataan petugas kurang ramah menyatakan indikator people dalam manajemen pemasaran jasa. Dinyatakan oleh beberapa pengunjung Obyek Taman Wisata Alam bahwa terdapat petugas yang kurang melayani pengunjung dengan baik.

4. *Process* (Proses)

Diberikan pernyataan banyak wahana yang kurang perhatian dan hewan di *farm zone* tidak terawat menyatakan indikator proses dalam manajemen pemasaran jasa. Pernyataan beberapa pengunjung mengungkapkan bahwa ada beberapa wahana yang tidak tersentuh oleh petugas dan ada beberapa hewan yang kurang diperhatikan lebih.

5. *Physical evidence* (Bukti fisik)

Pernyataan kurang lengkapnya fasilitas dan wahana yang terbatas menyatakan indikator bukti fisik yang merupakan salah satu instrument dalam pemasaran jasa. Fasilitas yang tersedia turut berperan memberikan penilaian mengenai baik buruknya suatu produk jasa, objek TWA Pundi Kayu ini masih kurang dalam melengkapi kebutuhan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh *Price, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Taman Wisata Alam Punti Kayu Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Adakah Pengaruh *Price, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang ?
2. Adakah pengaruh *Price* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang ?
3. Adakah pengaruh *Promotion* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang ?
4. Adakah pengaruh *Process* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang ?
5. Adakah pengaruh *People* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang ?
6. Adakah pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh *Price, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Price* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA punti kayu Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Promotion* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Process* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *People* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang.
6. untuk mengetahui pengaruh *Physical Evidence* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada obyek TWA Punti Kayu Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis
Sebagai bukti empiris yang ada tentang *Price, Promotion, Process, People* dan *Physical Evidence* terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan ke Objek Wisata Punti Kayu di kota Palembang.
2. Bagi Pengelola Objek Wisata Punti Kayu

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan bagi lembaga-lembaga yang yang terkait dengan pembuatan dan kebijakan yang berhubungan dengan perkembangan pariwisata Kota Palembang

3. Bagi almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan penelitian sebelumnya dan juga bagi peneliti selanjutnya disarankan agar lebih mengembangkan variabel-variabel lain guna memberikan kontribusi yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- A Buchari. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Alam Malino di Kabupaten Gowa*. Ilmiah Pena 1:85–90.
- A L Dewa, L Ratwianingsih, I Mafruhah. 2018. *Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah Berbasis Ecology Marine Tourism*.
- Adib Munawar Nawir. 2018. *Potensi Wisata Alam Dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan, Dan Pengembangan*. Makassar: Inti Media Tama.
- Ashok, s., Tewari, H. R., Behera, M. D., & Majumdar, A. (2017). *Development of ecotourism sustainability assessment framework employing Delphi, C&I and participatory methods: A case study of KBR, West Sikkim, India, Tourism Management Perspectives*.
- Basyir, Muhammad, and Mayasari. 2019. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 4(2):199–213.
- Bulan, Tengku Putri Lindung, and M. Lutfi Azmi. 2020. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan* 8(3):313–25.
- Fandy Tjiptono, Greforius Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Jeklin, Andrew. 2016. *Jurnal Keputusan Berkunjung Berman Dan Evans Kuning* (July):1–23.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing An Introducing* Prentice Hall.
- Kotler Philip, Gary Amstrong, (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler Phillip, Kevin Lane Keller, (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyati, Yofina dan Miko Afrinata. 2018. *Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Berkunjung Kembali pada Destinasi*

Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan. Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol. 6 No. 2. Hal: 191-200

Notoatmodjo, S, 2018. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Cetakan Ketiga. Jakarta : PT. Rineka Cipta

Payangan, Otto R. 2014. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bandung : IPB Press.

Prasetyo, Linda. 2018. “*Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Pada Objek Wisata Jodipan Kampung Warna-Warni Di Kota Malang.*” Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Prasetyo, Linda. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Pada Objek Wisata Jodipan Kampung Warna-Warni Di Kota Malang.*

Rachmawati, Vivi, Selmi Dedi, and Rintar Agus Simatupang. 2019. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Niat Berkunjung (Studi Kasus: Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari)*. Collaborative Governance 1(1):219–48.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.

Surya Cipta Ramadhan. 2016. *Pengelolaan Ekowisata*. Yogyakarta: Deepublish.