

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA RUMAH SERATUS TIANG  
KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

**SKRIPSI**



**Nama : Benny Setiawan  
Nim : 212019259**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PRODI MANAJEMEN  
2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA RUMAH SERATUS TIANG  
KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

**SKRIPSI**

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



**Nama : Benny Setiawan  
Nim : 212019259**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PRODI MANAJEMEN  
2023**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Benny Setiawan

NIM : 212019259

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir

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 ketidak benaran 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, Agustus 2023

  
Benny Setiawan

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung  
ke Objek Wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan  
Komereng Ilir  
Nama : Benny Setiawan  
NIM : 212019259  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Prodi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal, Agustus 2023

**Pembimbing I**



**Dr. Trisniarty Adjeng Moelvati, S.E., M.M**  
NIDN: 0019026101

**Pembimbing II**



**Anggreany Hustia, S.E., M.M**  
NIDN: 0110128301

**Mengetahui,  
Dekan**

**U.b. Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si**  
NIDN: 0229057501

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Allah tidak akan membebani mereka melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”**

**(QS: Al Baqarah 286)**

**“Janganlah Kamu Berduka cita sesungguhnya Allah selalu bersama kita”**

**(QS: At Taubah: 40)**

**“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”**

**(QS: Al Baqarah 216)**

**“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”**

**(QS: Al Insyirah: 5)**

### **Persembahan:**

**Dengan mengucapkan rasa syukur alhamdulillah kepada Allah SWT. Skripsi ini akan saya persembahkan teruntuk orang-orang yang saya sayangi:**

- 1. Abakku dan Umakku Tercinta**
- 2. Keluarga besarku tersayang**
- 3. Alamamter kebangganku**



## PRAKATA

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi WaBarokatuh.*

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Abakku yaitu Elwin dan Umakku Linsa dan kakak-adik yang tercinta Billy Saputra dan Elsa Permata Sari yang ikut membantu dalam penyusunan skripsi serta yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis serta berjasa dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada di setiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang paling baik di dunia serta keluarga besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu maupun pengalaman. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak

terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Anggreany Hustia, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Terimah kasih kepada Objek Wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir yang mengizinkan saya untuk melakukan penelitian, dan juga responden yang membantu mengisi pertanyaan kuisisioner.
9. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua dan saudara-saudariku yang selalu mendoakan dan terimakasih atas segala yang telah diberikan

kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.

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.

***Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairot***

***Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.***

Palembang, Agustus 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized letters 'B', 'S', and 'E' intertwined.

Benny Setiawan



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHASAN .....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi

### BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10

### BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka .....	12
1. Landasan Teori.....	12
a. Perilaku Konsumen .....	12
b. Keputusan Pembelian .....	17
c. Bauran Pemasaran .....	28
2. Penelitian Sebelumnya .....	31
B. Kerangka Pemikiran.....	34
C. Hipotesis .....	36

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Operasionalisasi Variabel .....	38
D. Populasi dan Sampel.....	39
1. Populasi .....	39
2. Sampel.....	39
E. Data yang Diperlukan .....	40
F. Metode Pengumpulan Data.....	41
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	42
1. Analisis Data .....	42
2. Uji Instrument Penelitian .....	43
3. Teknik Analisis .....	44
a. Regresi Linier Berganda.....	44
b. Uji Hipotesis .....	45
1) Uji Hipotesis F (Secara Bersama-Sama) .....	46
2) Uji Hipotesis t (Secara Parsial).....	47
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	50
1. Gambaran Umum Objek Wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir .....	50
2. Uji Instrumen Penelitian .....	51
a. Uji Validitas.....	51
b. Uji Reliabilitas.....	53
3. Gambaran Profil Responden .....	54
a. Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
b. Berdasarkan Waktu Kunjung dalam 1 Tahun .....	55
c. Berdasarkan Usia.....	56
4. Gambaran Jawaban Responden.....	57

5. Pengujian Regresi Linier Berganda.....	66
6. Uji Hipotesis.....	68
a. Uji F (Anova) .....	68
b. Uji t .....	69
7. Koefisien Determinasi.....	71
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	72

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	82
B. Saran .....	82

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
-----------------------------	-----------

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>52</b>
----------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Tabel Pengunjung Wisata Rumah Seratus Tiang .....	5
Tabel I.2 Prariset Tentang Bauran Pemasaran dan Keputusan Pengunjung .....	6
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel .....	38
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas .....	52
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel IV.3 Variabel Keputusan Berkunjung.....	57
Tabel IV.4 Variabel Produk .....	59
Tabel IV.5 Variabel Harga.....	61
Tabel IV.6 Variabel Tempat .....	63
Tabel IV.7 Variabel Promosi .....	64
Tabel IV.8 Coefficients Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel IV.9 ANOVA (Uji F).....	69
Tabel IV.10 Uji t (Secara Parsial).....	70
Tabel IV.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen .....	15
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran .....	35
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Gambar IV.2 Berdasarkan Waktu Kunjung dalam 1 Tahun .....	55
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Jawaban Responden
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 7 : Hasil Regresi Linier Berganda, Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Tabel r
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
- Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 13 : Plagiarism Checker
- Lampiran 14 : Sertifikat AIK
- Lampiran 15 : Sertifikat SPSS
- Lampiran 16 : Sertifikat SKPI I
- Lampiran 17 : Sertifikat SKPI II
- Lampiran 18 : Sertifikat Aplikasi dan Komputer Bisnis
- Lampiran 19 : Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 20 : Sertifikat Magang
- Lampiran 21 : Biodata Penulis

## **ABSTRAK**

**Benny Setiawan / 212019259 / 2023 / Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan berkunjung ke objek Wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir. Penelitian ini menggunakan 96 sampel dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dan dokumentasi dengan teknik analisis uji regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian diperoleh bahwa ada pengaruh secara signifikan bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pengunjung objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir. Hasil uji secara parsial diperoleh hasil bahwa ada pengaruh secara signifikan produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pengunjung objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir.

***Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Berkunjung***

## **ABSTRACT**

***Benny Setiawan / 21201 9259 / 2023 / The Effect of Marketing Mix on Decisions to Visit the Tourist Attraction of the Hundred Pillar House, Ogan Komering Ilir Regency***

*This study aims to determine the effect of the marketing mix on the decision to visit the Ratu Tiang House Tourism object, Ogan Komering Ilir Regency. This study used 96 samples with a purposive sampling technique. The type of research used is associative research with the data used are primary and secondary data. Data collection techniques used were questionnaires and documentation with analysis techniques of multiple linear regression tests, F tests, t tests, and coefficient of determination tests. The results of the study showed that there was a significant influence of the marketing mix (product, price, place and promotion) on the decision of visitors to the Hundred Tiang House tourist attraction, Ogan Komering Ilir Regency. Partial test results show that there is a significant influence of product, price, place and promotion on the decision of visitors to the Hundred Tiang House tourist attraction, Ogan Komering Ilir Regency.*

***Keywords: Marketing Mix, Visit Decision***



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang kini mulai diandalkan pemerintah dalam upaya meningkatkan devisa Negara. Pariwisata juga sektor yang mampu meningkatkan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi kreatif seperti pemasaran produk hasil daerah seperti kopi dan serih wangi. yang dapat memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta turut mendorong pelestarian alam dan budaya.

Selain peningkatan devisa Negara, pariwisata mampu mendorong pelestarian alam dan budaya di suatu Negara, sehingga masyarakat berupaya untuk menjaga alam dan budayanya dengan tidak merusak bahkan masyarakat lebih melestarikan lagi alam dan budayanya dengan tujuan pariwisata luar dapat melihat sesuatu yang menarik yang dapat di kunjungi di dalam suatu negara tersebut. Pariwisata terbagi menjadi dua, pariwisata domestik dan pariwisata internasional yang mana didalamnya mengandung aspek-aspek ekonomi, ekologis hukum, psikologis dan sosiologis. Aspek ekonomi adalah aspek yang sangat berperan penting karena pariwisata sangat berpengaruh pada peningkatan pendapatan penduduk setempat. Adapun peran pariwisata dalam pembangunan ekonomi sangatlah penting, hampir semua wilayah saat ini saling berkompetisi dalam menjual keindahan alam

wisatanya, keunikan budayanya, serta keramah-tamahan penduduknya ke berbagai Negara yang menjadi pasar potensinya.

Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli (Kotler dan Keller, 2019: 166). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis (Kotler, 2016 : 202).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan (Tjiptono, 2017: 41). Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Bauran pemasaran yang digunakan dalam penelitian yaitu 4P( *product, price, place* dan *promotion*).

Sumatera Selatan memiliki beberapa daya tarik wisata seperti pada Kabupaten Ogan Komering Ulu (Gua Putri, Gua Harimau dan Gau Selabe), Kabupaten Musi Rawas (Kawasan Agrowisata), Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (Bendungan Upper Komering), Kabupaten Ogan Komering Selatan (Danau Ranau dan Air Panas Ulu Danau), Kota Palembang (Jakabaring Sport City, Benteng Kuto Besak, Wisata Sungai Musi termasuk Ampera, Pasar 16 Ilir), Kota Pagar Alam (Objek Wisata Alam dan Jasa Wisata, Villa dan Resort, serta Padi, Tanaman Hortikultura dan Ikan Air

Tawar), Kota Lubuklinggau (Air Terjun Temam, Bukit Sulap, Watervang, Kuliner dan Kerajinan), Kota Prabumulih (Nanas) dan Kabupaten Musi Rawas (TNKS, Goa, Air Terjun, Danau dan Air Jeram Gunung) (RIPPARPROV, 2021: 114).

Rumah Limas Pangeran Redjed Wira Laksana atau warga setempat lebih mengenal dengan sebutan rumah 100 tiang ini, yg terletak di di Desa Sugih Waras, Kec. Teluk Gelam, Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI), kondisinya masih asli.

Rumah 100 tiang yang berukuran 36 x 15 meter yang usianya genap 200 tahun (dibangun pada tahun 1811) dan berada di pinggir Sungai Komering ini memiliki arsitektur yang masih asli, yaitu percampuran Cina dan Melayu.

Menurut salah satu keturunan ke- IV, Sabariah binti Dipati Muhammad Ali Besar, rumah limas ini merupakan rumah limas yang paling lengkap ornamennya dengan kondisi rumah yang masih asli bangunannya. Sejak dibangunnya rumah keluarga ini, sampai sekarang belum ada perombakan atau renovasi besar. Untuk atapnya memang ada yang beberapa diganti karena bocor dan gentengnya sudah mulai rapuh.

Pada tahun 1998 rumah ini pernah disurvey Dinas Pariwisata dan Cagar Budaya, Sumbagsel. Adapun yang melatar belakangi pembangunan rumah 100 tiang ini adalah, sebagai bentuk kasih sayang dan janji seorang raja untuk pernikahan putrinya yang dilamar oleh seorang pangeran atau perjodohan semasa kecil dan didirikannya pembangunan rumah limas ini, dan

hingga pembangunan selesai mereka dinikahkan sampai keturunannya sekarang ini.

Berdasarkan hasil observasi lainnya yang dilakukan pada setiap variabel penelitian diketahui bahwa pada variabel produk objek wisata Rumah Seratus Tiang memiliki kekurangan seperti fasilitas yang tersedia masih sangat sedikit, tidak memiliki atraksi/wahana yang ditampilkan yang dapat menarik pengunjung, tidak ada toko atau pameran yang menjual oleh-oleh daerah, penunjuk arah yang tidak lengkap, perjalanan yang kurang menarik, kurangnya keramahan masyarakat di sepanjang perjalanan. Pada variabel harga ditemukan bahwa harga tiket yang ditawarkan tidak sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, harga yang ditawarkan belum kompetitif.

Pada variabel tempat ditemukan bahwa tempat parkir yang tersedia cukup sempit, lingkungan yang kurang nyaman sebagai tempat wisata, akses yang ditempuh dari pusat kota Kayu Agung menuju lokasi wisata kurang lebih 2,5 jam. Sedangkan variabel promosi ditemukan bahwa belum adanya promosi harga tiket yang diberikan, promosi yang dilakukan melalui atourin cukup singkat dan gambar yang ditampilkan kurang menarik perhatian. Hal ini dikarenakan gambar yang diambil merupakan gambar luar Rumah Seratus Tiang dan bukan bagian dalamnya, sedangkan hal yang paling menarik merupakan arsitektur bagian dalam rumah. Fasilitas yang tersedia yang ditampilkan pada atourin cukup sedikit hanya berupa toilet, tempat sampah dan area parkir.

**Tabel I.1**  
**Data Pengunjung Wisata Rumah Seratus Tiang**  
**Tahun 2022 (Januari – Desember)**

Bulan	Target	Pengunjung	Target yang Belum Tercapai(%)
Januari	1.000	500	50,0%
Februari	1.000	600	40,0%
Maret	1.000	546	45,4%
April	1.000	400	60,0%
Mei	1.000	560	44,0%
Juni	1.000	700	30,0%
Juli	1.000	720	28,0%
Agustus	1.000	500	50,0%
September	1.000	640	36,0%
Oktober	1.000	600	40,0%
November	1.000	620	38,0%
Desember	1.000	780	22,0%

Sumber: Rumah Seratus Tiang, 2023

Berdasarkan Tabel I.1 diketahui bahwa dari bulan Januari – Desember 2022 pengunjung Rumah Seratus Tiang Desa Sugih Waras, Kecamatan Teluk Gelam Kabupaten Ogan Komering Ilir tidak pernah mencapai target. Hal ini disebabkan karena keputusan pengunjung pada tahun 2022 mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan keputusan pengunjung ini disebabkan karena, kurangnya daya tarik wisata Rumah Seratus Tiang. Objek wisata Rumah Seratus Tiang masih kurang diminati oleh para wisatawan, yang disebabkan kurangnya produk lain yang ditawarkan selain dari pada Rumah Seratus Tiang. Wisatawan yang mendatangi tempat ini merasa kurang termotivasi untuk berkunjung kembali dan tidak menemukan sesuatu yang baru.

**Tabel I.2**  
**Prariset Tentang Bauran Pemasaran dan Keputusan Pengunjung**  
**Rumah Seratus Tiang**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Produk yang ditawarkan di objek wisata Rumah Seratus Tiang sangat beragam	0	30
2.	Nama wisata Rumah Seratus Tiang yang digunakan oleh pemerintah daerah untuk memperkenalkan wisata rumah lama yang memiliki 100 tiang sangat menarik	20	10
3.	Dalam memperkenalkan wisata Rumah Seratus Tiang pemerintah daerah telah melakukan pengenalan baik sejarah Rumah Seratus Tiang, kelebihan/keunikan dan lainnya dapat diakses melalui <i>google chrome</i> , <i>FB</i> dan media sosial lainnya.	30	0
4.	Waktu pembelian tiket wisata Rumah Seratus Tiang dapat dilakukan di luar jam kerja	11	19
5.	Jumlah pembelian tiket terbatas	0	30
6.	Pembayaran tiket wisata Rumah Seratus Tiang dapat dilakukan secara online/ <i>m-banking</i> /via transfer	3	27
7.	Rumah Seratus Tiang menyediakan atraksi ataupun wahana	0	30
8.	Fasilitas wisata Rumah Seratus Tiang Lengkap seperti toilet, parkir, tempat sampah, tempat istirahat/tempat bersantai dan lain sebagainya	5	25
9.	Wisata Rumah Seratus Tiang sangat nyaman	12	18
10.	Harga tiket yang ditawarkan cukup murah	7	23
11.	Objek wisata yang ditawarkan cukup kompetitif	3	27
12.	Harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas yang diberikan	5	25
13.	Harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan	9	21
14.	Akses tempat objek wisata Rumah Seratus Tiang mudah dijangkau	5	25
15.	Akses jalan yang dilalui sangat nyaman	6	24
16.	Objek wisata Rumah Seratus Tiang memiliki tempat yang nyaman dan indah	4	26
17.	Tempat parkir yang aman dan luas juga terjamin keselamatannya	13	17
18.	Lingkungan wisata Rumah Seratus Tiang memiliki kebersihan yang tahan lama	9	21
19.	Jangkauan promosi yang diberikan oleh wisata Rumah Seratus Tiang luas	11	19
20.	Penayangan iklan wisata Rumah Seratus Tiang sangat bagus	11	19
21.	Penayangan pesan dalam penayangan iklan di media promosi dapat menarik maupun mempengaruhi pembaca	9	21
Jumlah		296	334

Sumber: Data yang diolah, 2023

Berdasarkan Tabel I.2 dapat dijelaskan bahwa objek wisata Rumah Seratus Tiang di Desa Sugih Waras, Kec. Teluk Gelam, Kabupaten Ogan

Komering Ilir (OKI) masih banyak memiliki kekurangan, seperti belum adanya promosi yang dilakukan oleh pihak objek wisata, produk yang ditawarkan hanya Rumah Seratus Tiang, harga yang ditawarkan belum memiliki perbedaan baik hari biasa maupun hari libur, akses tempat ke objek wisata Rumah Seratus Tiang masih sulit dijangkau bagi wisatawan interlokal.

Hasil pra riset yang dilakukan diperoleh bahwa ada beberapa kekurangan yang terjadi pada setiap variabel penelitian, yaitu pada variabel keputusan berkunjung diketahui bahwa produk yang ditawarkan di objek wisata Rumah Seratus Tiang tidak beragam, nama yang digunakan oleh pemerintah daerah untuk memperkenalkan wisata rumah lama yang memiliki 100 tiang cukup menarik, waktu pembelian tiket wisata Rumah Seratus Tiang tidak dapat dilakukan di luar jam kerja, jumlah pembelian tiket tidak terbatas, pembayaran tiket wisata Rumah Seratus Tiang tidak dapat dilakukan secara online/*m-banking*/via transfer.

Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hasil pra riset variabel produk ditemukan beberapa kekurangan yaitu Rumah Seratus Tiang tidak menyediakan atraksi ataupun wahana, fasilitas wisata Rumah Seratus Tiang tidak lengkap, dan wisata Rumah Seratus Tiang kurang nyaman.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Hasil pra riset

variabel harga ditemukan beberapa kekurangan yaitu yaitu harga tiket yang ditawarkan tidaklah murah, objek wisata yang ditawarkan tidak cukup kompetitif, dan harga tiket yang ditawarkan tidak sesuai dengan fasilitas yang diberikan.

Tempat merupakan keputusan distribusi yang menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Hasil pra riset variabel tempat ditemukan beberapa kekurangan yaitu akses tempat objek wisata Rumah Seratus Tiang tidak mudah dijangkau dan kurang nyaman, tempat parkir yang kurang aman dan kurang luas serta kurang terjamin keselamatannya, dan kebersihan lingkungan yang dimiliki oleh wisata Rumah Seratus Tiang tidak bertahan lama.

Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Hasil pra riset variabel promosi ditemukan beberapa kekurangan yaitu jangkauan promosi yang diberikan oleh wisata Rumah Seratus Tiang tidak luas, penayangan iklan yang kurang bagus, dan penayangan pesan dalam penayangan iklan di media promosi kurang menarik serta kurang dapat memberikan pengaruh pada pembaca.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil yaitu Basyir dan Mayasari (2019) menyatakan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Paramulia, dkk (2019) menyatakan bahwa produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata.



Gani (2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kunjungan wisatawan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk (2018) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung. Basyir dan Mayasari (2019) menyatakan bahwa tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk (2018) menyatakan bahwa tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung, Basyir dan Mayasari (2019) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari, dkk (2018) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Berkunjung ke Objek Wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Adakah pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir?

4. Adakah pengaruh tempat terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir?
5. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir.
2. Pengaruh produk terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir.
3. Pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir.
4. Pengaruh tempat terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir.
5. Pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Rumah Seratus Tiang Kabupaten Ogan Komering Ilir.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Penulis.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengaplikasian teori yang diperoleh selama kuliah dengan praktek, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.

2. Bagi Objek Wisata Rumah Seratus Tiang

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi pihak pemilik Objek Wisata Rumah Seratus Tiang yang bersangkutan terhadap pokok permasalahan yang dibahas, agar kedepannya bisa lebih baik.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi peneliti lain yang memiliki topik yang relatif sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2017. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Basyir, M. dan Mayasari. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Wisatawan Berlibur di Kabupaten Gayo Lues. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen, Vol 4 No. 2, hal 199-213*.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan. 2021. *Rencanan Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Sumatera Selatan 2025-2025*. Palembang: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
- Gani, Ackhriansyah Achmad. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kunjungan Wisatawan di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol 1 No. 1, hal 199- 209*.
- Hasan, Iqbal. 2019. *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husein, Umar. 2017. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muljadi. 2017. *Fasilitas Pendukung Pariwisata Bahari dalam Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Paramulia, O. c., Mandey, S. L., dan Roring, F. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung pada Obyek Wisata Rumah Alam Manado. *Jurnal EMBA, Vol 7 No.3, hal 2661-2670*.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah. 2020. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, R., Shinta, R., dan Fianto, A. Y. A. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Bahari Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (MEBIS), Vol 4 No. 2, hal 1-14*.

- Sari, D. P., Marwan dan Rahmidani, R. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata *Waterboom* di Kota Sawahlunto. *EcoGen*, Vol 1 No. 1, hal 123 – 133.
- Siregar, Syofian. 2018. *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2018. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.
- Sutrisno. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kota Makassar. *Jurnal of Management Science (JMS)*, Vol 1 No. 1, hal 36 – 44.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.