

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG
(STUDI KASUS DI JEPARA OURLAND PARK)**



TESIS

Oleh:

M. BAGUS HESANANTA

NIM: 202001059

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2023**

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG
(STUDI KASUS DI JEPARA OURLAND PARK)**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2023**

TESIS

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG
(STUDI KASUS DI JEPARA OURLAND PARK)**


Oleh:
M. BAGUS HESANANTA
NIM: 202001059

Telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim penguji Ujian Tesis
Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 27 Februari 2023

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH., S.Pd., MM
NIDN. 0026065516


Dr. Supriyono, S.E., M.M.
NIDN. 0614037104

Mengetahui,
Ketua Program Studi Magister Manajemen


Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.
NIDN. 0618066201

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2023**

IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL TESIS

**PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG
(STUDI KASUS DI JEPARA OURLAND PARK)**

Nama Mahasiswa : M. BAGUS HESANANTA
NIM : 202001059
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal Ujian : 27 Februari 2023

TIM PEMBIMBING

Ketua : Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM. (.....)

Anggota : Dr. Supriyono, S.E., M.M. (.....)

TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji : Dr. Kertati Sumekar, SE., MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa di dalam Naskah Tesis dengan judul:

“PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS DI JEPARA OURLAND PARK)”

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN dicabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, 27 Febuari 2023


M. Bagus Hesananta
202001059

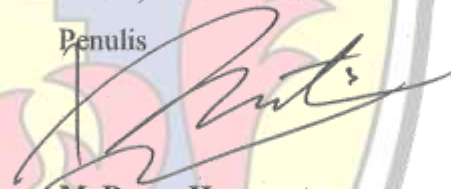
10000
MEPERAI
TEMPEL
363AKX02430629

RIWAYAT HIDUP

M. Bagus Hesananta, lahir di Medan 25 Desember 1994 anak ketiga dari 3 bersaudara dari pasangan Heru Santoso dan Rosrita Kaban. Tinggal di Kota Medan Sumatera Utara. Latar belakang pendidikan, SD Al-Azhar Kota Medan kemudian melanjutkan SMP Al-Azhar Kota Medan, setelah itu melanjutkan pendidikan di salah satu SMA Negeri 2 Kota Medan. Lalu tahun 2012 melanjutkan pendidikan di tingkat Perguruan Tinggi S-1 dengan Jurusan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara dan lulus pada tahun 2018. Setelah lulus mendapatkan pekerjaan di salah satu Perusahaan Kontraktor di Kota Banda Aceh sebagai Asisten Manajer Proyek. Lalu mendapatkan pekerjaan lain di Perusahaan Retail di Kota Jepara sebagai IT Operation/Administration & Marketing.

Kudus, 27 Febuari 2023

Penulis



M. Bagus Hesananta

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan serta arahan demi penyempurnaan tesis ini.
5. Dr. Supriyono, S.E., M.M., selaku pembimbing anggota yang telah membimbing dan memberi saran hingga terwujudnya tesis ini.
6. Prof. Drs. H. Heru Santoso, M.Sc., Phd dan Rosrita Kaban dan Ayudia Hesarika S.Km., M.Km, Adelia Hesarika S.Km., M.Km dan Supriyadi Sebayang SH., MH selaku kedua orang tua, kakak, abang dan seluruh keluarga tercinta atas doa, kesempatan dan support yang luar biasa.
7. Rekan kerja Bang Amir Jepara atas segala support yang luar biasa.
8. Sahabat penulis yang telah banyak memberikan masukan dan dorongan semangat dalam proses penelitian tesis ini.
9. Seluruh dosen dan staf, serta rekan-rekan mahasiswa di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bantuan dan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan tesis ini.

Kudus, 27 Febuari 2023

Penulis



M. BAGUS HESANANTA
NIM: 202001059

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Produk, Promosi dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus di Jepara Ourland Park). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, promosi dan harga terhadap minat berkunjung kembali di Jepara Ourland Park dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Populasi penelitian adalah pengunjung Jepara Ourland Park. Pengambilan sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling* sebanyak 160 pengunjung. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis menggunakan program Aplikasi SEM (*Structural Equation Modelling*) AMOS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung JOP. Hasil lainnya menunjukkan produk, promosi, harga, maupun kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Faktor produk, promosi dan harga berpengaruh tidak langsung terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung.

Kata kunci: produk, promosi, harga, kepuasan pengunjung, minat berkunjung kembali.

ABSTRACT

The study is entitled product influence, promotion and price on interest revisits through visitor satisfaction (case studies in jepara ourland park). The purpose of this study is to analyze the impact of product, promotion and price on interest of revisiting jepara in ourland park with the visitors' satisfaction of an intering variable. The research population is visitors to Jepara Ourland Park. Sampling taken in this study using convenience sampling as many as 160 visitors. Instrument test using validity test and reliability test. The analysis technique used the AMOS SEM (Structural Equation Modeling) Application program version 22.

The results showed that product, promotion and price had a positive and significant impact on JOP visitor satisfaction. Other results show that product, promotion, price, and visitor satisfaction have an effect on the intention to return. Product, promotion and price factors have an indirect effect on the intention to return through visitor satisfaction.

Keywords: *product, promotion, price, visitor satisfaction, intention to return.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmah, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul **“PENGARUH PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TIKET TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI MELALUI KEPUASAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS DI JEPARA OURLAND PARK)”**. Tesis ini disusun dalam rangka untuk menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen (S-2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada pembimbing Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH, S.Pd. MM., dan Dr. Supriyono, S.E., M.M. yang telah membimbing dan memberi saran hingga terwujudnya tesis ini. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, banyak kekurangan dan keterbatasan, maka penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan demi kesempurnaan tesis ini.

Akhir kata semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca dan memberikan sumbangsih walaupun kecil untuk dapat diterapkan baik dalam praktek maupun penelitian selanjutnya.

Kudus, 27 Febuari 2023

Penulis



M. BAGUS HESANANTA
NIM: 202001059

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Ruang Lingkup.....	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Landasan Teori.....	19
2.2.1 Produk Wisata.....	19
2.2.2 Promosi	23
2.2.3 Harga.....	26
2.2.4 Kepuasan Pengunjung.....	28
2.2.5 Minat berkunjung kembali.....	32
BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN	35
3.1. Kerangka Konseptual Penelitian	35
3.2. Pengaruh antar Variabel.....	37
3.2.1 Pengaruh produk terhadap kepuasan pengunjung	41

3.2.2	Pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung.....	41
3.2.3	Pengaruh Harga terhadap kepuasan pengunjung.....	42
3.2.4	Pengaruh produk terhadap minat berkunjung kembali.....	43
3.2.5	Pengaruh Promosi terhadap minat berkunjung kembali.....	44
3.2.6	Pengaruh Harga terhadap minat berkunjung kembali.....	44
3.2.7	Pengaruh Kepuasan pengunjung terhadap Minat berkunjung kembali	45
3.3.	Perumusan Hipotesis.....	46
BAB IV METODE PENELITIAN		48
4.1.	Pendekatan Penelitian.....	48
4.2.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
4.3.	Populasi dan Sampel.....	49
4.4.	Metode Pengumpulan Data.....	50
4.5.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	51
4.6.	Teknik Analisis Data.....	56
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
5.1.	Deskripsi Responden.....	68
5.2.	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	72
5.3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	78
5.4.	Hasil Analisis Full Model SEM.....	88
5.5.	Pengujian Hipotesis.....	93
5.6.	Pembahasan.....	103
BAB VI PENUTUP		113
6.1.	Kesimpulan.....	113
6.2.	Implikasi Teoritis dan Manajerial.....	115
6.3.	Keterbatasan Penelitian.....	117
DAFTAR PUSTAKA		118
LAMPIRAN		123

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Perbandingan JOP dengan wisata pantai lainnya di Jepara.....	5
1.2	Research Gap.....	9
4.1	Kriteria Goodness of Fit	65
5.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
5.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	68
5.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	69
5.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi.....	70
5.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	70
5.6	Deskripsi Variabel Produk	72
5.7	Deskripsi Variabel Penggunaan Promosi	73
5.8	Deskripsi Variabel Harga	74
5.9	Deskripsi Variabel Kepuasan pengunjung	75
5.10	Deskripsi Variabel Minat berkunjung kembali	76
5.11	Nilai Loading Factor Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen Tahap 1	79
5.12	Nilai Loading Factor Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen Tahap 2	80
5.13	Nilai Loading Factor Hasil Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	83
5.14	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	85
5.15	<i>Discriminant Validity</i>	86
5.16	<i>Construct Reliability</i>	87
5.17	Hasil uji Goodness of Fit Index	88
5.18	Hasil Uji Normalitas.....	89
5.19	Hasil Uji Outlier.....	92
5.20	Hasil Uji Multikolinieritas.....	93
5.21	Output Regression Weights Hasil Pengolahan AMOS	94
5.22	Hasil Uji Hipotesis	94
5.23	<i>Standardized Regression Weights</i>	97
5.24	Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Wahana Wisata di Jepara Ourland Park.....	2
1.2	Data Jumlah Pengunjung JOP 2017-2021.....	3
3.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	35
3.2	Bauran Pemasaran Moderen (<i>Modern Marketing mix</i>).....	37
3.3	Model Perilaku Konsumen.....	39
4.1	Rancangan Model Struktural Penelitian.....	62
5.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen Tahap 1.....	79
5.2	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen Tahap 2.....	81
5.3	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	83
5.4	Analisis Full Model SEM.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Instrumen Pengumpulan Data Respon Responden	123
2.	Deskripsi Responden.....	130
3.	Deskripsi Data Penelitian.....	132
4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	134
5.	Hasil Full Model SEM	141
6.	Hasil Uji Normalitas	142
7.	Hasil Uji Outlier.....	143
8.	Hasil Uji Hipotesis	147
9.	Koefisien Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	152
10.	Uji Kesesuaian Model.....	153

