



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA
OBYEK WISATA JUWANA WATER FANTASY**
(Studi Kasus Pada Pengunjung Juwana Water Fantasy)

Diajukan oleh :

NITA OKTAVIA DEWI

NIM. 2012-11-056

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2017

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG PADA OBYEK WISATA JUWANA WATER FANTASY
(STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG JUWANA WATER FANTASY)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,2017

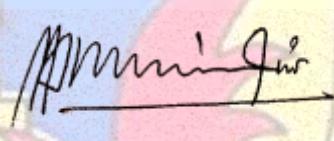
Mengetahui,

Ketua Progdi



Noor Azis, SE, MM
NIDN. 0609107501

Pembimbing I



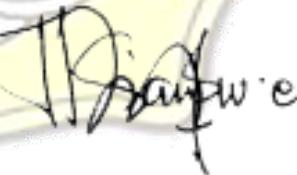
Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM
NIDN. 0608086402

Mengetahui,



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

Pembimbing II



Dian Wismar'ein, SE. MM.
NIDN. 0612127702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Berdirilah kamu, maka berdirilah niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang akan kamu kerjakan.”

(QS. Al-Mujadilah :11)

“Sabar adalah cara utama menangani kesulitan agar mampu menuju kemenangan yang gemilang, sabar bukan berarti pasrah terhadap keadaan tetapi tenang namun pasti dalam mencari penyelesaian.”

(Syeh Abdul Kadir Al- Jaelani).

Kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tersayang.
2. Keluargaku tercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan.
3. Calon suamiku yang selalu mendampingi dan memberi semangat.
4. Sahabat-sahabatku semuanya.
5. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian ini.
2. Ibu Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dian Wismar'ein, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.
5. Kepada pimpinan dan pengunjung obyek wisata Juwana Water Fantasy yang telah memberikan ijin dan membantu penulis untuk melakukan penelitian.
6. Keluargaku tercinta yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Calon suamiku Alif Ahmad Sahuri yang selalu memberikan motivasi untuk selalu semangat menyelesaikan skripsi bersama.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBYEK WISATA JUWANA WATER FANTASY (STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG JUWANA WATER FANTASY)

NITA OKTAVIA DEWI

NIM. 2012-11-056

**Pembimbing : 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.
2. Dian Wismar'ein, SE. MM.**

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Juwana Water Fantasy. Dimana diajukan tujuh variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu produk, harga, lokasi, promosi, penyedia jasa/orang, proses, dan bukti fisik berperan sebagai variabel bebas dan kepuasan pengunjung berperan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap pengunjung objek wisata Juwana Water Fantasy dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi variabel produk, harga, lokasi, promosi, penyedia jasa/orang, proses, dan bukti fisik terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi, penyedia jasa/orang, proses, dan bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Pengelola obyek wisata Juwana Water Fantasy agar lebih memperluas kembali lahan parkir serta obyek wisata serta menambah beberapa fasilitas, sehingga pengunjung merasa puas berada di obyek wisata Juwana Water Fantasy.

Kata Kunci: produk, harga, lokasi, promosi, penyedia jasa/orang, proses, bukti fisik dan kepuasan pengunjung.

ABSTRACT

THE EFFECT OF MARKETING MIX ON VISITOR SATISFACTION INTOURISMJUWANA WATER FANTASY(STUDY ON WATER FANTASY JUWANA VISITORS)

NITA OKTAVIA DEWI

NIM. 2012-11-056

**Supervisor : 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM.
2. Dian Wismar'ein, SE. MM.**

MURIA KUDUSUNIVERSITY

ECONOMICS FACULTY OF MANAGEMENT STUDIESPROGRAM

This study aims to determine the effect of the marketing mix of visitor satisfaction tourism Juwana Water Fantasy. Where the proposed seven independent variables and the dependent variable, namely product, price, location, promotion, service providers / people, process and physical evidence of a role as the independent variable and visitor satisfaction serves as the dependent variable.

This study was conducted by a survey of visitor tourismJuwana Water Fantasy and analyzed with regression. The first phase tested the validity and reliability questions for each variable. The second phase, variable regression of product, price, location, promotion, service providers / people, process and physical evidence to the satisfaction of visitors.

The results showed that the variables of product, price, location, promotion, service providers / people, process and physical evidence of significant positive effect on visitor satisfaction. Juwana Water tourism managers in order to further expand Fantasy back parking lot and attractions as well as add some amenities, so visitors feel satisfied in the tourismJuwana Water Fantasy.

Keywords: product, price, location, promotion, service provider/people, process, physical evidence and visitor satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Teori tentang Pariwisata.....	9
2.2. Bauran Pemasaran	12
2.3. Kepuasan Pengunjung	21
2.4. Penelitian Terdahulu.....	28
2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32

2.6. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1. Rancangan Penelitian	34
3.2. Variabel Penelitian	34
3.3. Definisi Operasional Variabel	35
3.4. Jenis dan Sumber Data	30
3.5. Populasi dan Sampel.....	40
3.6. Metode Pengumpulan Data	41
3.7. Uji Instrumen.....	43
3.8. Pengolahan Data.....	44
3.9. Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Uji Instrumen.....	50
4.2. Penyajian Data	53
4.3. Analisis Data	59
4.4. Pembahasan.....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran-saran	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1.Tinjauan Penelitian Terdahulu	36
4.1. Hasil Pengujian Validitas.....	50
4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	52
4.3. Frekuensi Variabel Produk	53
4.4. Frekuensi Variabel Harga	54
4.5. Frekuensi Variabel Tempat.....	55
4.6. Frekuensi Variabel Promosi.....	56
4.7. Frekuensi Variabel Orang	56
4.8. Frekuensi Variabel Proses.....	57
4.9. Frekuensi Variabel Bukti Fisik	58
4.10. Frekuensi Variabel Kepuasan Pengunjung	59
4.11. Hasil Analisis Regresi.....	60
4.12. Hasil Analisis Parsial (dengan Signifikansi $\alpha=2,5\%$ uji dua sisi) ..	63
4.13. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$).....	71
4.14. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1.Kerangka Pemikiran Teoritis 32

