

**PENGARUH LOKASI DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT
PENGUNJUNG DI PANTAI MUARA BETING DAN HUTAN
MANGROVE MUARA GEMBONG BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memproleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Dalam Program Pendidikan Tinggi Strata Satu**

Oleh :

Diaz Adiguna

201510325309



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
TAHUN 2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Bauran Promosi
Terhadap Minat Pengunjung di Pantai
Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara
Gembong Bekasi

Nama Mahasiswa : Diaz Adiguna

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325309

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019



Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN 0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Lokasi dan Bauran Promosi
Terhadap Minat Pengunjung di Pantai
Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara
Gembong Bekasi

Nama Mahasiswa : Diaz Adiguna

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325309

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juli 2019

Jakarta, 31 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji Dr. Anton Wachidin Widjaja, S.E., M.M.
NIDN 0311116501

Penguji I Agus Dharmanto, S.E., M.M.
NIDN 0305087310

Penguji II Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN 0329048302

MENGETAHUI,


Ketua Program Studi

Manajemen


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi


Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.
NIDN 0316066201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Lokasi dan Bauran Promosi terhadap Minat Pengunjung di Pantai Maura Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Diaz Adiguna

201510325309

ABSTRAK

Diaz Adiguna, 201510325309, Pengaruh Lokasi dan Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Lokasi, Bauran Promosi terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong Bekasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan uji-T dan uji-F dengan tingkat signifikan 5%. Populasi yang diambil 12.000 dan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin menjadi 420 Responden di Pantai Muara Gembong. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan analisis linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji-T, variabel Lokasi terhadap Minat Pengunjung ada pengaruh signifikan sehingga hipotesis diterima. Uji-T variabel Bauran Promosi terhadap Minat Pengunjung, ada pengaruh signifikan variabel Bauran Promosi terhadap Minat Pengunjung. Hasil dari uji-F menunjukkan bahwa Lokasi dan Bauran Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong.

Kata kunci: Lokasi, Bauran Promosi, Minat Pengunjung.

ABSTRACT

Diaz Adiguna, 201510325309, Effect of Location and Promotion Mix on Visitor Interest in Muara Beting Beach and Muara Gembong Mangrove Forest.

This study aims to determine how much influence the Location, Promotion Mix on Visitor Interest in Muara Beting Beach and Muara Gembong Bekasi Mangrove Forest. This research is quantitative by using T-test and F-test with a significant level of 5%. The population taken 12,000 and using the sampling technique used this is by using the Slovin formula to 420 respondents at Muara Gembong Beach. This research is quantitative by using multiple linear analysis and a hypothetical test using the T-test, Location variables towards Visitor Interests have a significant effect so that the hypothesis is accepted. Promotion Mix T-Test variable on Visitor Interest, there is a significant effect of Promotion Mix variable on Visitor Interest. The results of the F-test showed that the Location and Promotion Mix had a significant and positive effect on the Interest of Visitors at Muara Beting Beach and Muara Gembong Mangrove Forest

Keywords: Location, Promotion Mix, Visitor Interest.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur pada kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan bimbingannya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang dilaksanakan pada Februari sampai dengan tanggal Juli tahun 2019, di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Skripsi ini dimaksudkan untuk mengajukan serta memenuhi salah satu syarat untuk kelulusan sarjana strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dimana judul proposal skripsi ini adalah “PENGARUH LOKASI DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG DI PANTAI MUARA BETING DAN HUTAN MANGROVE MUARA GEMBONG BEKASI”. Penyelesaian skripsi ini tidak dapat terlepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, sejak dari perencanaan, penelitian, penulisan, serta bantuan yang lainnya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Irjen (P) H. Bambang Karsono, SH.,MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, S.E M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal,S.E, M.M.. sebagai Kaprodi Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Hasanuddin. S.I.P, M.AP sebagai Dosen Perwalian Akademik kami di kelas Semester 8-B3 atas support serta dukungannya.
5. Ibu Hadita, S.Pd.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan waktunya dalam penulisan proposal skripsi ini.
6. Terima kasih kepada Keluarga besar saya yang selalu memberikan motivasi serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Untuk sahabat saya Reza Idris, Nur Hikmah, Ma'Num Olfiani, Surya Wijaya dan teman-teman Manajemen B3 yang banyak membantu

dalam memberi masukan, saran, dan dukungan atas penulisan proposal skripsi ini.

8. Terima Kasih Kepada Sahabat saya Anjar, Bima, Iqbal yang sudah membantu saya dan memberikan masukan, saran dan dukungan atas penulisan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada sahabat Nur Atika Kusuma Dewi, Shinta Dewi Suwandani
10. Terima kasih kepada Lulu Purnawati, Dhini Ayu Aninda yang sudah memberikan doa dan support nya sebagai sahabat saya.
11. Terima kasih kepada Saudara saya Tomy Fadhillah S.E yang sudah memberikan banyak bantuan kepada saya dalam mengerjakan Skripsi saya ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 31 Juli 2019

Hormat Saya,

Diaz Adiguna

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Minat Pengunjung	10
2.2.1 Indikator Minat Pengunjung	10

2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Pengunjung	11
2.3 Lokasi.....	12
2.3.1 Indikator Lokasi.....	13
2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi lokasi	13
2.4 Bauran Promosi	14
2.4.1 Indikator Bauran Promosi	15
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi	19
2.5. Penelitian Terdahulu	20
2.6 Kerangka Berpikir.....	22
2.7 Hipotesis.....	22
BAB III METODELOGI PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Tahapan Penelitian	24
3.3 Model Konseptual Penelitian	24
3.4 Operasional Variabel	27
3.5 Waktu Dan Tempat Penelitian	29
3.5.1 Waktu Penelitian.....	29
3.5.2 Tempat Penelitian	29
3.6 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel.....	29
3.6.1 Populasi	29
3.6.2 Sampel.....	29
3.7 Metode Analisis Data	30
3.7.1 Uji Validitas.....	30

3.7.2 Uji Reliabilitas	31
3.7.3 Uji Deskriptif.....	31
3.8 Uji Asumsi Klasik	32
3.9 Uji Regresi Linier Berganda	33
3.10 Uji Hipotesis.....	34
3.10.1 Uji Kelayakan (Uji F).....	34
3.10.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	34
3.10.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Profil Obyek Wisata Pantai Muara Gembong.....	36
4.1.1 Sejarah Obyek Wisata Pantai Muara Gembong	36
4.1.2 Alamat Obyek Wisata Pantai Muara Gembong	37
4.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	37
4.2.1 Identitas Responden	37
4.3 Uji Kualitas Data.....	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Realibilitas	45
4.4 Uji Asumsi Klasik	46
4.4.1 Uji Normalitas	46
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	48
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.6 Uji Hipotesis	50
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50

4.6.2 Uji T	51
4.6.3 Uji F.....	52
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Implikasi Manajerial.....	56
DAFTAR PUSTAKA	59



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Pengunjung Periode 3 Tahun Terakhir.....	2
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Table 3.1 Operasional Variabel.....	28
Table 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuisisioner	36
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Table 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Table 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
Table 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung.....	41
Table 4.6 Uji Validitas Lokasi (X^1).....	42
Table 4.7 Uji Validitas Bauran Promosi(X^2).....	43
Table 4.8 Uji Validitas Volume Penjualan (Y)	43
Table 4.9 Uji Reabilitas	44
Table 4.10 Uji Normalitas.....	45
Table 4.11 Uji Multikolinieritas	47
Table 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda	48
Table 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
Table 4.14 Hasil Uji T.....	51
Table 4.15 Hasil Uji F.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	22
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	25
Gambar 4.1 Uji Normalitas	46
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Kuesioner

Lampiran 2 Buku Bimbingan

Lampiran 3 Uji Refrensi

Lampiran 4 Uji Plagiarisme

Lampiran 5 Uji R^2

Lampiran 6 Uji T

Lampiran 7 Uji F

Lampiran Biodata

