

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK
WISATA PANTAI PANJANG
KOTA BENGKULU**



S K R I P S I

Oleh:

**M. NOVAL SETIAWAN
NPM : 2061201195**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK
WISATA PANTAI PANJANG
KOTA BENGKULU**



S K R I P S I

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Bengkulu**

Oleh:

**M. NOVAL SETIAWAN
NPM : 2061201195**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK
WISATA PANTAI PANJANG
KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Oleh :

M. NOVAL SETIAWAN
NPM : 2061201195

Disetujui Oleh :
Pembimbing

Meilaty

Dr. Meilaty Fintariyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0226058802

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Furganti Raniyah, S.E., M.M.
NIDN. 0208047301

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI OBJEK
WISATA PANTAI PANJANG
KOTA BENGKULU**

Dipertahankan didepan dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uni-
versitas Muhammadiyah Bengkulu

Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Hari : Kamis

Tanggal : 7 Agustus 2025

SKRIPSI

Oleh :

M. NOVAL SETIAWAN
NPM : 2061201195

Dewan Penguji :

1. **Eti Arini, S.E., M.M**

Ketua

2. **Meiffa Herfianti, S.E., M.M**

Anggota

3. **Dr. Meilaty Finthariasari, S.E., M.M**

Anggota

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Furqonti Raniyah, S.E., M.M

NIND. 0208047301



SERTIFIKASI

Saya M. Noval Setiawan menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri dan atas bimbingan dosen pembimbing. Karya ini belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar Sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau pada program studi lainnya. Karya ini milik saya, maka segala sesuatu yang berhubungan dengan Skripsi ini menjadi tanggung jawab saya.

Bengkulu, 25 Juli 2025

M. Noval Setiawan
NPM : 2061201195

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil, tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna"

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

1. Kedua orang tua saya Bapak Herian Johari dan Ibu Sry Undayani orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi, Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, Terimakasih untuk semuanya berkata do'a dan dukungan kalian saya bisa berada dititik ini.
2. Untuk Kakak Saya Novia Priska yang saya sayangi dan cintai, yang selalu mendoakan dan memberikan semangat, serta selalu mendukung saya.
3. Untuk seluruh keluarga besar saya yang selalu mendukung saya.
4. Kepada Winda Evita Rahmi yang telah membantu, memberikan dukungan dan semangat dalam proses mengerjakan dan menyelesaikan Skripsi ini.
5. Dan terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan Skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

ABSTRAK

M. Noval Setiawan 2025. “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu”

Oleh :

M. Noval Setiawan¹

Dr. Meilaty Finthariasari, S.E.,M.M²

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui pengaruh produk terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu Mengetahui harga terhadap terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu. Suatu penelitian secara hakiki terbagi menjadi dua bagian, yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai suatu penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan tujuan menafsirkan fenomena, Selanjutnya penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian dengan pengukuran tingkatan dari ciri tertentu. Populasi dari penelitian ini yaitu pengunjung objek wisata pantai panjang Kota Bengkulu dengan jumlah sampel sebanyak 190 orang.

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh lokasi, produk, harga dan promosi terhadap keputusan berkunjung Wisata Pantai Panjang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :Terdapat pengaruh produk (X_1) terhadap keputusan berkunjung (Y) Wisata Pantai Panjang .Terdapat pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y) Wisata Pantai Panjang. Terdapat pengaruh lokasi (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y) Wisata Pantai Panjang. Terdapat pengaruh promosi (X_4) terhadap keputusan berkunjung (Y) Wisata Pantai Panjang. Terdapat pengaruh secara bersama-sama produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Wisata Pantai Panjang

Kata Kunci : Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran, Minat Berkunjung

ABSTRACT

M. Noval Setiawan 2025. “*The Influence of Marketing Mix Strategy on Revisiting Interest at Pantai Panjang Tourist Attraction, Bengkulu City*”

**By :
M. Noval Setiawan¹
Dr. Meilaty Finthariasari, S.E.,M.M²**

The purpose of this study is to determine the effect of products on the interest in revisiting the Pantai Panjang tourist attraction in Bengkulu City and to determine the effect of price on the interest in revisiting the Pantai Panjang tourist attraction in Bengkulu City. A study is essentially divided into two parts, namely qualitative research and quantitative research. Qualitative research is defined as research that uses a natural setting with the aim of interpreting phenomena. Quantitative research, on the other hand, is research that measures the levels of specific characteristics. The population of this study consists of visitors to the Pantai Panjang tourist attraction in Bengkulu City, with a sample size of 190 people.

Based on the research findings regarding the influence of location, product, price, and promotion on the decision to visit the Long Beach tourist attraction, the following conclusions can be drawn: There is an influence of product (X1) on the decision to visit (Y) the Long Beach tourist attraction. There is an influence of price (X2) on the decision to visit (Y) the Long Beach tourist attraction. There is an influence of location (X3) on the decision to visit (Y) Pantai Panjang Beach. There is an influence of promotion (X4) on the decision to visit (Y) Pantai Panjang Beach. There is a combined influence of product, price, location, and promotion on the decision to visit Pantai Panjang Beach.

Keywords: *Influence of Marketing Mix Strategy, Interest in Visiting*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT serta sholawat beriring salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, atas anugerahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari peran berbagai pihak. Oleh karena itu penulis dalam kesempatan ini mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Susiyanto, M. Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
2. Ibu Furqonti Ranidiah, SE, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu
3. Ibu Ade Tiara Yulinda, SE, MM selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
4. Ibu Dr. Meilaty Finthariasari, S.E.,M.M selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyusun Skripsi ini.
5. Ibu Eti Arini, S.E.,M.M dan Ibu Meifa Herfiani, S.E.,M.M selaku Dosen Penguji dalam penulisan Skripsi ini yang telah memberikan banyak masukan dan saran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Bengkulu
7. Rekan-rekan mahasiswa/i Program studi Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan permohonan maaf apabila di dalam penulisan Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan.

Bengkulu, 25 Juli 2025

Penulis

M. Noval Setiawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SERTIFIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
 BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Konseptual	8
2.1.1 Minat Berkunjung.....	8
2.1.2 Strategi bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Produk.....	11
2.1.5 Harga	16
2.1.6 Lokasi	21
2.1.6 Promosi.....	24
2.1.7 Tujuan Promosi.....	28

2.1.8 Fungsi Promosi	29
2.1.9 Indikator Promosi	30
2.1.10 Pengaruh Antar variabel	31
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	38
2.3 Kerangka Teoritik	39
2.4 Definisi Operasional.....	40
2.5 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	53
4.1.1 Analisis Deskriptif.....	53
4.1.2 Persepsi Tanggapan Responden	56
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	62
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi (R Square)	67
4.1.6 Uji Hipotesis.....	68
4.3. Pembahasan	70
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	36
------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan	38
Tabel 2.2 Definisi Operasional	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat diandalkan pemerintah sebagai penyumbang devisa dari penghasilan non migas disamping juga dapat menciptakan dan memperluas lapangan usaha juga dapat mendorong pembangunan daerah, memperkaya kebudayaan nasional dengan tetap melestarikan keberibadian bahasa dan terpeliharanya nilai-nilai agama sebagai karakteristik warga negara Indonesia. Kota Bengkulu memiliki salah satu destinasi wisata yang dapat menjadi pilihan bagi para wisatawan untuk berlibur akhir pekan. Berbagai obyek wisata alam dan budaya terdapat di Kota Bengkulu.

Salah satu sektor pariwisata di Kota Bengkulu yang memiliki potensi untuk berkembang menjadi wisata unggulan adalah wisata pantai. Pantai Panjang Kota Bengkulu adalah salah satu objek wisata yang memiliki keunikan dan keindahan tersendiri. Pantai Panjang Kota Bengkulu ini tidak pernah berhenti berbenah, menambah berbagai fasilitas untuk memanjakan para wisatawan. Dikawasan pantai ini, pengunjung tidak hanya disuguhi dengan keindahan pantai yang memukau namun juga panorama keindahan laut yang membentang dan mempesona. Banyak orang yang membandingkan Pantai panjang Kota Bengkulu dengan Pantai Kuta di Bali, hal itu tidaklah berlebihan karena pantai ini tidak kalah cantik dengan pantai yang dibandingkan tersebut.

Minat berkunjung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk mengunjungi tempat tertentu, pada priode tertentu. Perusahaan harus mempelajari keinginan, tanggapan dan perilaku konsumen ssaran mereka guna

menerapkan strategi yang tepat guna menumbuhkan minat berkunjung ketempat wisata (Siburian, 2013).

Strategi bauran pemasaran yang dimaksud meliputi 4P (*product, price, place promotion*) sistem keseluruhan dari kegiatan usaha untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen strategi bauran pemasaran merupakan salah satu konsep kunci dalam teori pemasaran modern. Dalam pemasaran jasa, ada elemen-elemen lain yang bisa dikontrol dan bisa dikombinasikan untuk keperluan komunikasi dengan konsumen jasa elemen tersebut adalah: orang (*people*), lingkungan fisik (*physical evidence*) dan proses jasa itu sendiri (*process*). Dengan demikian 4P yang pada mulanya menjadi strategi bauran pemasaran perlu diperluas menjadi 7P jika digunakan dalam pemasaran jasa.

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian sehingga dapat dibeli dan dikonsumsi agar dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk dapat berupa objek secara fisik, jasa, orang, tempat, ide, organisasi, ataupun semua bentuk-bentuk tadi. Selanjutnya, harga adalah suatu nilai yang digunakan sebagai alat penukar berbagai kombinasi produk ataupun jasa. Dengan demikian, suatu harga haruslah dihubungkan dengan berbagai jenis barang ataupun jasa yang pada akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa.

Promosi adalah salah satu strategi bauran pemasaran yang berguna untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali kepada konsumen akan produk ataupun merek perusahaan. Suatu perusahaan pada umumnya melakukan

promosi agar konsumen tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Lokasi merupakan tempat terjadinya berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi tempat wisata yang aman, nyaman, bersih, rapi dan mudah dijangkau merupakan beberapa kriteria yang digemari oleh banyak konsumen.

Orang merupakan semua yang memiliki peranan penting dalam memberikan penyajian jasa atau pelayanan sehingga dapat mempengaruhi sudut pandang dari konsumen. Selanjutnya, proses adalah semua tatacara baik secara aktual, mekanisme maupun aliran aktivitas yang digunakan untuk mencapai jasa. Faktor lain yang mendukung minat berkunjung kembali adalah bukti fisik. Bukti fisik adalah segala sesuatu yang secara nyata dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan kembali produk dan jasa yang digunakan oleh konsumen. Bukti fisik yang baik seperti fasilitas yang lengkap merupakan salah satu kriteria yang diminati oleh konsumen.

Berdasarkan observasi yang dilakukan kepada Ibu Sumarni menyatakan kurang berminat untuk berkunjung kembali di objek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu dengan alasan kebersihan kurang terjaga, lapangan parkir yang belum tertata rapi, fasilitas yang tersedia disana tidak sesuai dengan apa yang mereka lihat ketika berkunjung.

Ibu Ina juga menyatakan ketidakpuasan yang dirasakan ketika berkunjung akan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh

pemerintah daerah Bengkulu belum sepenuhnya mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Pantai Panjang.

Menurut pengunjung bernama Bapak Usman bahwa sebenarnya lokasi pantai panjang kota Bengkulu cukup strategis. Promosi juga tidak dilakukan oleh pengelola padahal pantai ini sangat indah.

Berdasarkan dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran belum sepenuhnya memberikan pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali. Oleh karena itu, penulis tertarik membuat penelitian tentang **“Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali diobjek Wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya minat berkunjung kembali diobjek wisata pantai panjang kota bengkuludengan alasan kebersihan kurang terjaga, lapangan parkir yang belum tertata rapi, fasilitas yang tersedia disana tidak sesuai dengan apa yang mereka liat ketika berkunjung.
2. Strategi bauran pemasaran yang belum sepenuhnya memberikan pengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali.
3. Di lihat dari lokasi pantai panjang kota Bengkulu yang cukup strategis, pantai ini tidak dilakukan promosi oleh pengelola padahal pantai ini sangat indah.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian yang baik adalah penelitian yang terarah, diperlukan batasan-batasan penelitian yang bertujuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian supaya tidak meluas dan lebih fokus dalam tujuan untuk menghindari kesalahan, sehingga penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari pokok pembahasan penelitian yang ditetapkan. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah produk berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu?
5. Apakah produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh produk terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu
2. Mengetahui harga terhadap terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu
3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu
4. Mengetahui pengaruh promosi terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu.
5. Mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap minat berkunjung kembali diobjek wisata Pantai Panjang Kota Bengkulu.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terutama dalam pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berguna sebagai berikut:

1. Berdasarkan teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan untuk pembelajaran.
2. Berdasarkan praktisi penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dan penelitian selanjutnya.

a) Bagi Peneliti

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan untuk pembelajaran, dan sebagai sumbangsih pemikiran mengenai menganalisis pengaruh strategi bauran pemasaran.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan masukan dalam menganalisis pengaruh strategi bauran pemasaran, serta menjadi gambaran bagi pembaca untuk melakukan penelitian selanjutnya.

