

**PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
WISATAWAN DALAM MENGENJUNGI OBJEK  
WISATA**

**(Studi Kasus Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu)**

**SKRIPSI**

**ALDI SAPUTRA  
21160000412**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
WISATAWAN DALAM MENGUNJUNGI OBJEK  
WISATA**

**(Studi Kasus Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu)**

**SKRIPSI**

**ALDI SAPUTRA  
21160000412**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bawah Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA,  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
WISATAWAN DALAM MENGUNJUNGI OBJEK  
WISATA  
(Studi Kasus Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 10 Februari 2021



**ALDI SAPUTRA**  
NPM 21160000412

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN DALAM MENGUNJUNGI OBJEK WISATA**

**(Studi Kasus Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu)**

dibuat untuk melengkapi sebagai persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis dibawah bimbingan Gatot Prabantoro, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Drs. Sumitro Msc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Manejemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 10 Februari 2021

Pembimbing,



Gatot Prabantoro, SE., MM.

Kepala Program Studi

S-1 Manajemen

digitally signed



Muhammad Ramaditya. BBA., M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN






Karya ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN DALAM MENGUNJUNGI OBJEK WISATA**

**(Studi Kasus Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 10 Februari 2021 dengan nilai **A**.

**Panitia Ujian** Karya Ilmiah

1.   ..... Muhammad Ramaditya. BBA., M.Sc :  
(Kepala Program Studi Manajemen)
2.  .....; Gatot Prabantoro, SE., MM  
(Pembimbing)
3.  .....; Jusuf Hariyanto, Drs, M.Sc  
(Anggota Penguji)
4.  .....; Megayani, SE, MM  
(Anggota Penguji)

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penelitian sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Gatot Prabantoro, SE., MM atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Jusuf Hariyanto, Drs, M.Sc dan Ibu Megayani, SE, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
6. Orang tua mama Naslimar yang telah memberikan yang terbaik bagi penulis serta selalu memberikan dukungan yang sebesar-besarnya baik moril dan materil serta memberi semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat sahabat terbaik saya Syafira, Ahmad Fadli, Arindra Wishnu yang selalu memberikan doa, menyemangati agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman teman angkata D 2016 (terutama Achmad Syahcroni, Muhammad Amien Rais, Gilar Aji Prasetya, Ryan Julianus, Arline Puspita Sari, Nurisa

afani, Intan Ayu Cahyani, Fitria Ariyanti, Nuur Annisa) atas dukungan yang diberikan dan semangatnya.

9. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 10 Februari 2021



**ALDI SAPUTRA**

NPM 21160000412

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aldi Saputra  
NPM : 21160000412  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Nonesklusif (Non-exclusive royalty- Free Right)** atas Karya Ilmiah saya yang berjudul :

### **PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN DALAM MENGUNJUNGI OBJEK WISATA**

#### **(Studi Kasus Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 10 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Aldi Saputra



Aldi Saputra  
21160000412

Dosen Pembimbing  
Gatot Prabantoro, SE., MM

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH PRODUK WISATA, PERSEPSI HARGA, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
WISATAWAN  
( STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA KEPULAUAN SERIBU)**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk wisata, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian ini dilakukan di objek wisata Kepulauan Seribu.

Strategi penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah strategi *penelitian casual*. yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara minimal dua variabel atau lebih dan mencari sebab dan akibat. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuesioner dimana data diperoleh melalui kuesioner dan data yang dikumpulkan dari pertanyaan dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dengan menggunakan bantuan program SPSS 26.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan

Kata Kunci : Produk Wisata, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Berkunjung  
Wisatawan

Aldi Saputra  
21160000412

Program Studi S-1 Manajemen

Supervisor  
Gatot Prabantoro, SE., MM

***THE INFLUENCE OF TOURISM PRODUCTS, PRICE PERCEPTION, AND PROMOTION ON TOURIST VISITING DECISIONS  
(A CASE STUDY ON A THOUSAND ISLANDS TOURISM OBJECT)***

***ABSTRAK***

*The purpose of this study was to determine the influence of tourism products, price perceptions and promotions on tourist visiting decisions. This research was conducted at the Kepulauan Seribu tourist attraction.*

*The research strategy used in this research is casual research strategy. namely research that aims to determine the effect of at least two or more variables and look for cause and effect. The research method used in this study is a questionnaire research method where data is obtained through a questionnaire and data collected from questions with a total sample of 97 people. The sampling method used in this study was purposive sampling.*

*The results of this study indicate that tourism products have a significant influence on tourist visiting decisions, price perceptions have a significant influence on tourist visiting decisions, and promotions have a significant effect on tourist visiting decisions.*

*Keywords : Tourism Product, Price Perception, Promotion, Tourism Decisions to Visit*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	12
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.2 Pengertian Keputusan Berkunjung.....	13
2.2.3 Pengertian Produk Wisata.....	15
2.2.4 Pengertian Persepsi Harga .....	16
2.2.5 Pengertian Promosi.....	18
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	19
2.3.1 Pengaruh Produk Wisata Terhadap Keputusan Wisatawan.....	19
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Wisatawan .....	20

2.3.3 Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan .....	20
2.3.4 Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Wisatawan .....	21
2.4 Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Strategi dan Metode Penelitian .....	23
3.2 Populasi dan Sampel .....	23
3.2.1 Populasi .....	23
3.2.2 Sampel Penelitian .....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.3.1 Data Primer .....	25
3.3.2 Data Sekunder .....	25
3.4 Operasional Variabel .....	25
3.4.1 Instrumen Penelitian .....	25
3.4.2 Pengujian Instrumen Penelitian .....	28
3.5 Metode Analisis Data .....	29
3.5.1 Pengeolahan Data .....	29
3.5.2 Penyajian Data .....	30
3.5.3 Metode Analisis Statistik Data .....	30
Uji Hipotesis T Secara Parsial (Uji-T) .....	30
Uji Hipotesis Simultan (Uji-F) .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Deskripsi Perusahaan .....	34
4.2 Deskripsi Responden .....	36
4.3 Analisis Pre-Test .....	41
4.3.1 Uji Validitas (Pre-Test) .....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas (Pre-Test) .....	43
4.4 Deskripsi Data .....	44
4.5 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	46
4.5.1 Uji Validitas (Full Test) .....	46
4.5.2 Uji Reliabilitas (Full Test) .....	48

4.6 Analisis Statistik Data .....	49
4.6.1 Koefesien Determinasi (KD) .....	49
4.6.2 Pengujian Hipotesis (Uji T) .....	51
4.6.3 Pengujian Hipotesis (Uji F) .....	53
4.7 Pembahasan .....	54
4.7.1 Pengaruh Produk Wisata Kepulauan Seribu Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatanwan .....	55
4.7.2 Pengaruh Persepsi Harga Kepulauan Seribu Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan .....	56
4.7.3 Pengaruh Promosi Kepulauan Seribu Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan .....	56
4.7.4 Pengaruh Produk Wisata, Persepsi Harga dan Promosi Kepulauan Seribu terhadao Keputusan Berkunjung Wisatawan .....	57
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>	<b>59</b>
5.1 Simpulan .....	59
5.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Data Jumlah Wisatawan Pulau Seribu Tahun 2017-2019.....	3
<b>Tabel 3.1.</b> Kriteria Pengukuran Instrument Penelitian .....	26
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Variabel Penelitian .....	26
<b>Tabel 4.1.</b> Uji Validitas Data Pre-Test .....	42
<b>Tabel 4.2.</b> Uji Reliabilitas Data Pre-Test .....	43
<b>Tabel 4.3.</b> Uji Validitas Produk Wisata (X <sub>1</sub> ) Full Test .....	46
<b>Tabel 4.4.</b> Uji Validitas Persepsi Harga (X <sub>2</sub> ) Full Test .....	47
<b>Tabel 4.5.</b> Uji Validitas Promosi (X <sub>3</sub> ) Full Test .....	47
<b>Tabel 4.6.</b> Uji Validitas Kepuasan Berkunjung (Y) Full Test .....	48
<b>Tabel 4.7.</b> Uji Reliabilitas Full Test .....	49
<b>Tabel 4.8.</b> Koefisien Determinasi (KD) .....	49
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji T Semua Variabel Penelitian .....	52
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil Anova Uji F .....	54

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Konseptual .....	22
<b>Gambar 4.1</b> Jenis Kelamin Responden .....	36
<b>Gambar 4.2</b> Usia Responden .....	37
<b>Gambar 4.3</b> Pendidikan Terakhir Responden .....	38
<b>Gambar 4.4</b> Pekerjaan Responden .....	39
<b>Gambar 4.5</b> Penghasilan Responden .....	40
<b>Gambar 4.6</b> Frekuensi Mengunjungi Kepulauan Seribu .....	41
<b>Gambar 4.7</b> Diagram Likert Produk Wisata ( $X_1$ ).....	44
<b>Gambar 4.8</b> Diagram Likert Persepsi Harga ( $X_2$ ) .....	44
<b>Gambar 4.9</b> Diagram Likert Promosi ( $X_3$ ) .....	45
<b>Gambar 4.10</b> Diagram Likert Keputusan Berkunjung (Y) .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Keesioner Penelitian .....	64
<b>Lampiran 2.</b> Tabulasi Kriteria Responden .....	67
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi Skor Untuk variabel Produk Wisata ( $X_1$ ) .....	71
<b>Lampiran 4.</b> Tabulasi Skor Untuk variabel Persepsi Harga ( $X_2$ ) .....	75
<b>Lampiran 5.</b> Tabulasi Skor Untuk variabel Promosi ( $X_3$ ) .....	79
<b>Lampiran 6.</b> Tabulasi Skor Untuk variabel Keputusan Berkunjung (Y) .....	83
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Produk Wisata ( $X_1$ ) ( <i>pre - test</i> ) .....	87
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Harga ( $X_2$ ) ( <i>pre - test</i> ) .....	89
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi ( $X_3$ ) ( <i>pre - test</i> ) ..	91
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Berkunjung (Y) ( <i>pre - test</i> ).....	93
<b>Lampiran 11.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Produk Wisata ( $X_1$ ) ( <i>full test</i> ) .....	95
<b>Lampiran 12.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Harga ( $X_2$ ) ( <i>full test</i> ) .....	97
<b>Lampiran 13.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi ( $X_3$ ) ( <i>full test</i> )...	99
<b>Lampiran 14.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Berkunjung (Y) ( <i>full test</i> ).....	101
<b>Lampiran 15.</b> Hasil Uji Korelasi Parsial Variabel .....	103
<b>Lampiran 16.</b> Hasil Uji Regresi, Uji T dan Uji F .....	105
<b>Lampiran 17.</b> Surat Ijin Riset .....	107
<b>Lampiran 18.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	108