

**PENGARUH SERVICE *MARKETING MIX*
TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP
DI DANAU POSO RESORT
SKRIPSI**



DISUSUN OLEH :

Devi Octaviani Hande

(11170171)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2022

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

DEVI OCTAVIANI HANDE

11170171

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devi Octaviani Hande
NIM : 11170171
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Pelanggan Menginap di Danau Poso Resort”

Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Poso
Pada Tanggal : 05 Februari 2022

Yang menyatakan

(Devi Octaviani Hande)
NIM.11170171

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

“PENGARUH SERVICE MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSANPELANGGAN MENGINAP DI DANAU POSO RESORT”

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

DEVI OCTAVIANI HANDE

11170171

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal (5 Januari 2022)

Nama Dosen

Tanda Tangan

1 .Dra. Ety Istriani, MM

(Ketua Tim Penguji/ Dosen Penguji/ Dosen Pembimbing)

2. Dr. Singgih Santoso, MM

(Dosen Penguji)

3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 9 Februari 2022

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr.Perminas Pangeran, M.Si

Drs, Sisnuhadi, MBA., Ph.Daa

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

“PENGARUH SERVICE MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DI DANAU POSO RESORT”

Saya kerjakan guna melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicanumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiatisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yankni pencabutan gelar sarjana saya.



Tentena, 10 Desember 2021



Devi Octaviani Hande (11170171)

HALAMAN MOTTO

“Semua yang ku punya itu milik-Mu, semua yang ku bisa itu karena-Mu”. *_PS Riko Karangetang*

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”. *_Filipi 4:13*

“Kalau mimpimu belum tercapai jangan pernah ubah mimpinya, tapi ubah strateginya”. *_Mery Riana*

“Kesuksesan bukanlah milik orang yang pintar.

Kesuksesan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha”. *_B.J Habibie*

“Berjaga-jagalah senantiasa sambil berdoa, supaya kamu beroleh kekuatan untuk lupur dari semua yang akan terjadi itu, dan supaya kamu tahan berdiri di hadapan Anak Manusia”. *_Lukas*

21:36

“Lakukanlah segala sesuatu dengan tidak bersungut-sungut dan berbantah-bantahan”. *_Filipi 2:14*

“Bersukacilah senantiasa dalam Tuhan! Sekali lagi kukatakan:

Bersukacitalah!”. *_Filipi 4:4*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, dan penyertaan-Nya dalam hidup saya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul PENGARUH SERVICE MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP DI DANAU POSO RESORT.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, atas penyertaan, perlindungan dan campur tangan-Nya dalam menyelesaikan skripsi ini, Puji Tuhan penulis boleh sehat dan diberi kemampuan untuk berpikir.
2. Papa, Mama dan Kaka Rendy, terima kasih atas segala dukungan berupa materil dan non materil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kepada Kak Riski Nata karena telah memberikan semangat dari awal penulisan hingga skripsi ini selesai serta selalu bersedia membantu ketika penulis membutuhkan bantuan, terima kasih untuk motivasinya.
4. Kepada teman Wulan Gulo dan Charlie kuling terima kasih karena selalu mau membantu menjelaskan ketika penulis merasa bingung dan keliru.
5. Sahabat penulis Febrianto Lande, Evani, Fransiska Meylin dan Kak Fabby terima kasih selalu memberi semangat.
6. Dosen Pembimbing saya Dra. Ety Istriani, MM., untuk waktu dan semangatnya dalam membimbing saya menuliskan skripsi ini hingga boleh selesai dengan baik.

7. Komunitas Rohani Lingkaran Positive terima kasih untuk semangat dan doannya.
8. Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)
9. Setiap pihak yang telah menolong, baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Saya sadar bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan oleh karena itu, harapan saya bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif bagi pembaca.



Tentena, 10 Desember 2021

Devi Octaviani Hande

(11170171)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH SERVICE MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP DI DANAU POSO RESRT”** dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dalam menjalankan dan menyelesaikan penulisan skripsi, penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini penulis sangat berterima kasih karena telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis akan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Permina Pangeran, SE.,Msi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs, Sisnuhadi, MBA,Ph.D., selaku Wakil Dekan 1 Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universtas Kristen Duta Wacana.
3. Ibu Dra. Ety Istriani, MM., selaku dosen pembimbing penulis dalam mengerjakan skripsi.

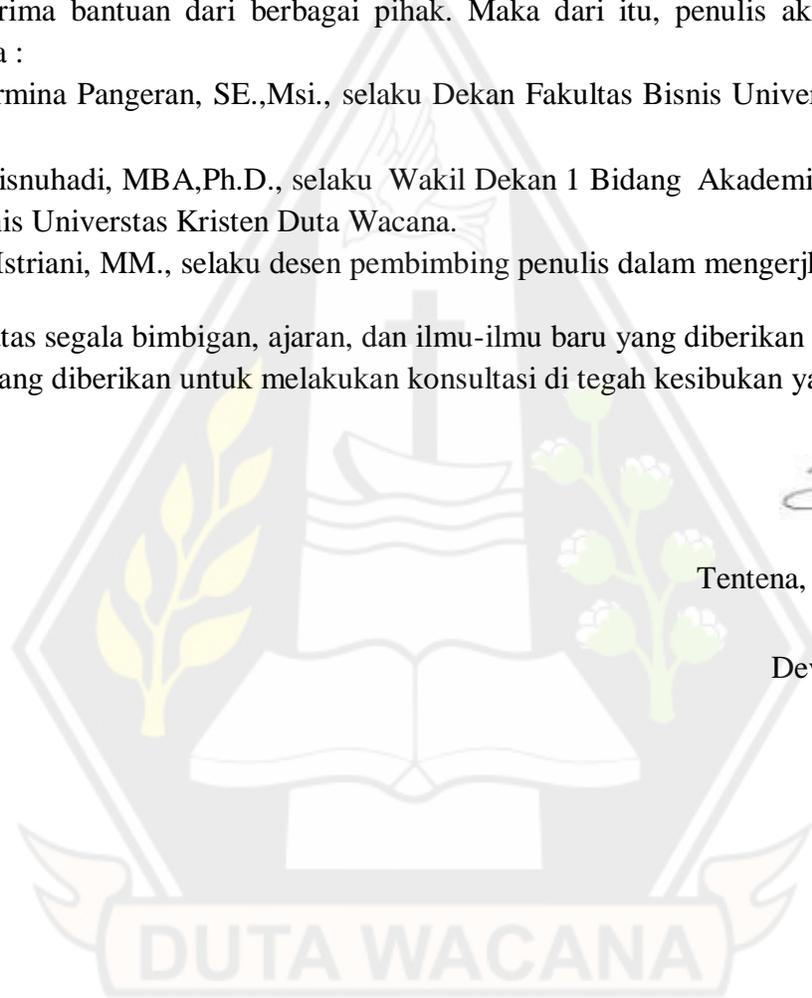
Terima kasi atas segala bimbingan, ajaran, dan ilmu-ilmu baru yang diberikan bagi penulis serta waktu yang diberikan untuk melakukan konsultasi di tengah kesibukan yang ada.



Tentena, 10 Desember 2021

Penulis

Devi Octaviani Hande



DAFTAR ISI

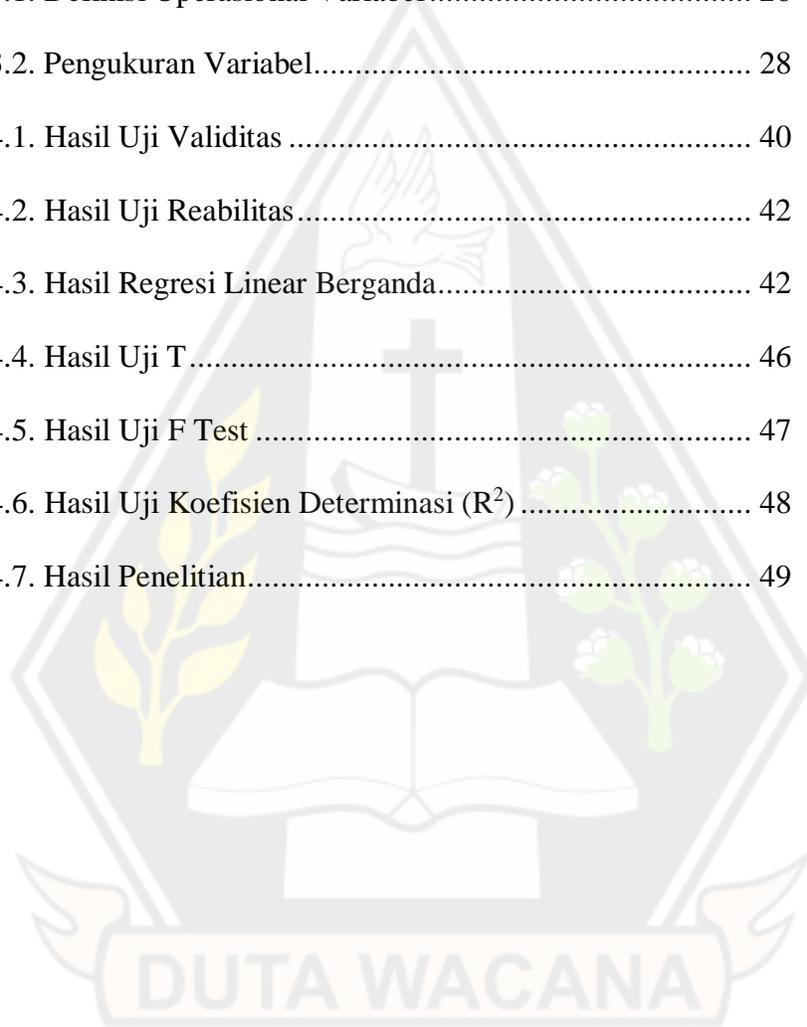
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAKSI INDONESIA	xv
ABSTRAKSI INGGRIS	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Batasan Penelitian.....	6
BAB II. LANDASAN TEORI DAN STUDI PUSTAKA/LITEATUR	7
2.1. Bauran Pemasaran (Markrting Mix).....	7
2.1.1. Product	7
2.1.2. Price	9
2.1.3. Place	10

2.1.4. Promotion	11
2.1.5. People	13
2.1.6. Physical Evidence	14
2.1.7. Process.....	15
2.2. Keputusan Pelanggan.....	16
2.3. Penelitian Terdahulu	17
2.4. Kerangka Pemikiran	19
2.5. Hipotesis Penelitian	20
BAB III. METODE PENELITIAN	23
3.1. Data.....	23
3.1.1. Pengumpulan Data	24
3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	25
3.2.1. Definisi Operasional Variabel	25
3.2.2. Pengukuran Variabel.....	29
3.3. Metode Analisis Data.....	30
3.3.1. Uji Validitas.....	30
3.3.2. Uji Reabilitas	31
3.3.3. Analisis Deskriptif	33
3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.3.5. Uji t	34
3.3.6. Uji f	35
3.3.7. Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	37

4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	37
4.2.1. Analisis Deskriptif	38
4.2.2. Analisis Validitas	40
4.2.3. Analisis Reabilitas	42
4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.2.5. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	46
4.2.6. Uji Signifikan Secara Stimulan (Uji f).....	48
4.2.7. Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.3. Pembahasan Hasil.....	50
BAB V. PENUTUP	55
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3. Saran	
5.3.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Untuk Danau Poso	
Resort.....	57
5.3.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59

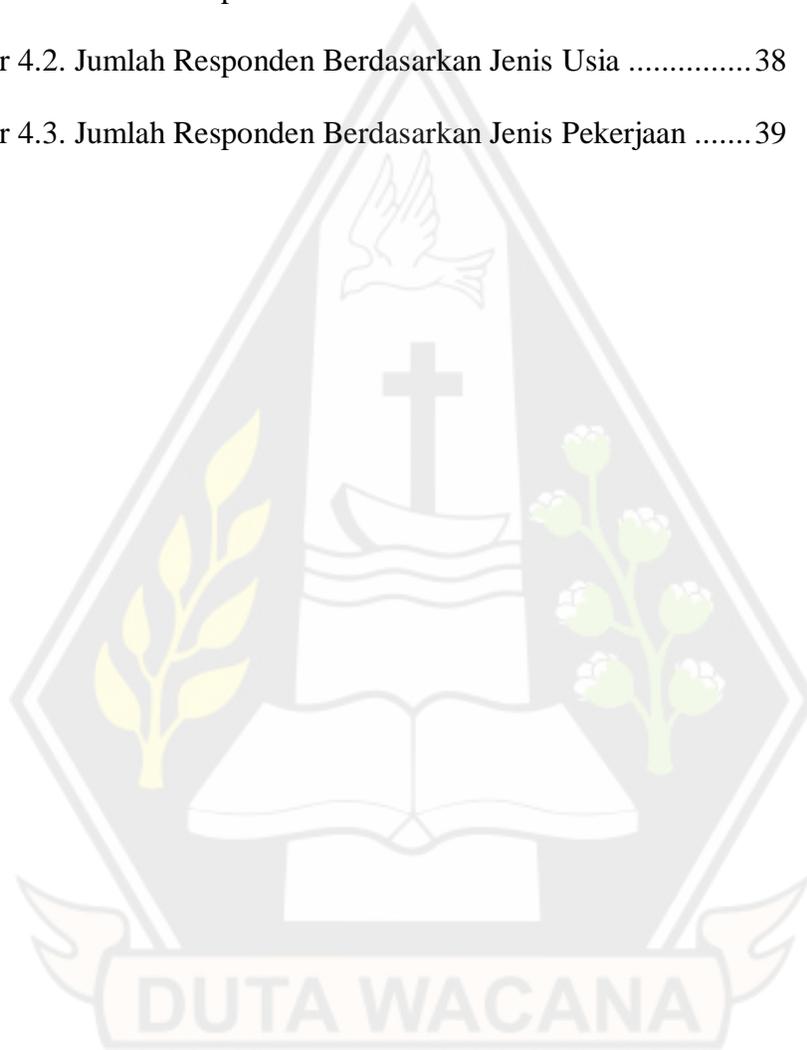
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 3.2. Pengukuran Variabel.....	28
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.2. Hasil Uji Reabilitas.....	42
Tabel 4.3. Hasil Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 4.4. Hasil Uji T	46
Tabel 4.5. Hasil Uji F Test	47
Tabel 4.6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	48
Tabel 4.7. Hasil Penelitian.....	49



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Usia	38
Gambar 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	39



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Kuesioner Penelitian	61
Uji Validitas.....	65
Uji Reabilitas	65
SPSS Regresi	68
Biodata.....	69
Data Excel Kuesioner.....	70
Kartu Konsultasi	117
Gambar Hotel.....	118
Lembar Revisi Ujian Pendadaran	119
Formulir Revisi Judul Skripsi.....	120
Lembar Pengesahan	121

**PENGARUH SERVICE MARKETING MIX
TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP
DI DANAU POSO RESORT**

Devi Octaviani Hande

11170171

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Email : okdevihande@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, tempat, promosi, partisipan, bukti fisik, proses terhadap keputusan pelanggan yang dilakukan di Danau Poso Resort. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang pernah menginap di Danau Poso Resort dengan metode purposive sampling.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variable produk, harga, tempat, promosi, partisipan, bukti fisik, dan proses berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort. Koefisien determinasi (Adjusted R²) penelitian ini sebesar 0,771 yang berarti variabel dependen yaitu keputusan pelanggan di Danau Poso Resort sebesar 77,1% oleh variabel independen yaitu produk, harga, tempat, promosi, partisipan, bukti fisik dan proses. Sedangkan sisanya 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : produk, harga, tempat, promosi, partisipan, bukti fisik, proses dan keputusan pelanggan

**THE INFLUENCE OF SERVICE MARKETING MIX
ON CUSTOMER DECISION TO STAY
AT DANAU POSO RESORT**

Devi Octaviani Hande

11170171

Business Faculty Management Department

Universitas Kristen Duta Wacana E-mail : okdevihande@gmail.com

ABSTRACT

The research is conducted to determine the effect of product, price, place, promotion, participants, physical evidence, and process on customer decisions at Danau Poso Resort. The sample takes as many as 100 respondents who have stayed at Danau Poso Resort. The result is analyzed by the purposive sampling method.

The results of the analysis show that the product, price, place, promotion, participant, physical evidence, and process variables have a partial and simultaneous effect on customer decisions at Danau Poso Resort.. From the results of the Coefficient of Determination (Adjusted R²), the study found that the percentage of the dependent variable which includes customer decisions at Danau Poso Resort is 0.753%. The percentage of independent variables which include product, price, place, promotion, participants, physical evidence and process is 75.3%. On the other hand, the remaining percentage is 22.9% including variables that are not researched.

Keywords : product, price, place, promotion, participants, physical evidence, the process, and customer decisions

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini industri perhotelan terus bertumbuh maju relative cepat, dilihat dari jumlahnya yang terus bertambah tiap tahunnya. Menurut Sulistyono (2011), hotel ialah sebuah perusahaan yang pemilik pengelolanya melalui penyediaan layanan makanan, minuman serta sarana kamar yang diperuntukkan bagi seseorang yang tidur atau bangsawan perjalanan serta memiliki kemampuan untuk melakukan pembayaran dengan jumlah yang wajar sebagaimana dengan layanan yang diterimanya dengan tidak ada kesepakatan khusus. Saat ini hotel sering dipakai untuk acara pernikahan, acara ulang tahun, rapat perusahaan, tetapi pada dasarnya hotel paling banyak dikunjungi oleh para wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.

Meningkatnya industri perhotelan sangat berkaitan erat dengan pariwisata yang ramai dikunjungi masyarakat. Kabupaten Poso ialah sebuah kabupaten di Indonesia yang sangat banyak wisata alamnya, sehingga Kabupaten Poso sangat ramai dikunjungi para wisatawan lokal ataupun wisatawan mancanegara. Hotel yang populer di Kabupaten Poso yaitu “Danau Poso Resort” atau yang biasa disebut “Hotel Danau Poso”, Hotel ini terletak di Kota Tentena tepatnya ditepian Danau Poso yang menjadi pusat pariwisata di Kabupaten Poso. Jumlah hotel di Kabupaten Poso cukup banyak sehingga hal tersebut membuat persaingan semakin ketat. Karenanya sangat penting dalam mempelajari Bagaimana perilaku pelanggan serta berbagai faktor yang memberikan pengaruh terhadap perilaku itu sendiri. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008, p:6) masker bahwasanya di

perilaku konsumen ialah sebuah studi terkait cara seseorang mengambil keputusan dalam menempatkan sumber daya yang ada (waktu, uang, usaha, serta energy), Oleh sebab itu para pengusaha perhotelan dituntut untuk bisa cepat tanggap dalam mengenali perilaku konsumen atas perubahan- perubahan yang terjadi saat ini.

Menurut Panjaitan, et. al (2019) pesan dalam melakukan pembelian mengikutsertakan pemilihan ataupun lebih pilihan dari sebuah tindakan maupun tingkah laku yang dilangsungkan serta keputusan dalam membeli memerlukan pilihan antara sejumlah perilaku yang tidak sama. Untuk usaha perhotelan tahap pengambilan keputusan pelanggan terbukti dari keputusan dalam melakukan inap di hotel itu sendiri. Sesuai pernyataan Tjiptono (2014: 41), bauran pemasaran (marketing mix) ialah suatu perangkat instrumen yang bisa dipakai dalam memasarkan dan melakukan pembentukan terhadap karakter jasa yang disuguhkan pada konsumen. Pada konteks ini kegiatan pemasaran yang tidak lain ialah beberapa usaha langsung guna menyentuh tanah atau memberikan informasi serta lakukan bujukan kepada pelanggan supaya memakai produk tertentu sangat dibutuhkan. Berbagai upaya itu sendiri mencakup 7P atau marketing mix yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat/ lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang / partisipan (*people*), sarana / bukti fisik (*physical evidence*), proses (*process*). Pada usaha melakukan pertahanan terhadap pembelian konsumen pada suatu merek ataupun produk, dengan demikian dapat dilakukan penguatan melalui meningkatkan *performance marketing mix*. Kotler & Armstrong (2018) menerangkan bahwasanya bauran pemasaran yakni sejumlah variabel pemasaran misalnya promosi, lokasi, harga serta produk yang perusahaan pakai dalam mendapatkan Respon yang diinginkan dari pasar targetnya. Seseorang yang menjadi pelanggan yang ingin menentukan pilihan dengan demikian ia mesti mempunyai pilihan alternatif.

Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dapat dilangsungkan oleh pihak “Danau Poso Resort” untuk menghadapi persaingan dengan harapan dapat mempengaruhi tingkatan hunian kamar hotel serta dapat melahirkan keputusan konsumen sehingga kemudian memberi dasar yang baik untuk membeli kembali serta terlahirnya loyalitas konsumen, serta pelanggan merekomendasikan dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Dengan didasari latar belakang peneliti memiliki ketertarikan dalam mencari tahu dan meneliti mengenai “PENGARUH *SERVICE MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN MENGINAP DI DANAU POSO *RESORT*”.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan didasari latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, maka penulis dapat menguraikan rumusan permasalahan dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Apakah faktor *Product* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort ?
- b. Apakah faktor *Price* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort ?
- c. Apakah faktor *Place* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort ?
- d. Apakah faktor *Promotion* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort ?
- e. Apakah faktor *People* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort ?
- f. Apakah faktor *Phisycal Evidence* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort ?

- g. Apakah faktor *Process* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort ?
- h. Apakah faktor 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Phisycal Evidence, Process*) berpengaruh signifikan pada keputusan pelanggan dalam memilih Danau Poso Resort ?

1.3. Tujuan Penelitian

Didasari oleh rumusan permasalahan yang sudah dijabarkan tersebut dan dengan demikian tujuan penelitian yang ingin diwujudkan ialah :

- a. Penulis ingin mendeskripsikan pengaruh *Product* terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort.
- b. Penulis ingin mendeskripsikan pengaruh *Price* terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort.
- c. Penulis ingin mendeskripsikan pengaruh *Place* terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort.
- d. Penulis ingin mendeskripsikan pengaruh *Promotion* terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort.
- e. Penulis ingin mendeskripsikan pengaruh *People* terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort.
- f. Penulis ingin mendeskripsikan pengaruh *Phisycal Evidence* terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort.
- g. Penulis ingin mendeskripsikan pengaruh *Process* terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort.

- h.** Penulis ingin mendeskripsikan pengaruh faktor 7P(*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*) terhadap keputusan pelanggan dalam memilih Danau Poso Resort.

1.4. Manfaat Penelitian

Perolehan penelitian ini nantinya harapannya bisa bermanfaat untuk beberapa pihak yakni:

- a.** Bagi Penulis

Melalui penelitian ini diharapkan bisa memperkaya pengetahuan serta kemampuan dalam pemikiran yang meluas untuk penelitian dan penelitian ini sebagai pengimplementasian wawasan yang didapatkan pada saat berkuliah.

- b.** Bagi Akademisi

Dijadikan sebagai salah satu karya ilmiah yang sekiranya mampu berperan sebagai referensi dan rujukan pada penelitian karya ilmiah serta perolehan penelitian ini juga selaku sarana dalam mengimplementasikan disiplin ilmu, terlebih lagi pada bidang Manajemen pemasaran.

- c.** Bagi Pengelola Danau Poso Resort

Perolehan penelitian ini bisa dipakai oleh pihak Danau Poso Resort selaku sumber informasi yang bermanfaat untuk perusahaan serta bisa menjadi bahan evaluasi guna mengembangkan perusahaan yang semakin membaik.

- d.** Bagi Masyarakat

Perolehan penelitian ini harapannya mampu dijadikan sebagai sumber wawasan serta bahan untuk pelanggan mempertimbangkan pada saat memilih untuk menginap di Danau Poso Resort.

1.5. Batasan Penelitian

Supaya persoalan yang diteliti tidak semakin umum serta mengerucut, dengan bikin penelitian dibatasi sebagaimana dibawah ini:

- a. Lokasi penelitian : Danau Poso Resort
- b. Responden penelitian : Pengunjung yang pernah datang ke Danau Poso Resort.
- c. Jumlah responden : 104 responden.
- d. Waktu Penelitian : Februari-April 2021
- e. Usia Responden : 17 tahun ke atas
- f. Variabel yang diteliti :

1. Variabel Dependen : Keputusan Pelanggan

Keputusan Pelanggan dapat di ukur dari upaya yang di lakukan untuk menguatkan dan memastikan tentang keputusan menginap di Danau Poso Resort yang dapat membuat pelanggan puas dalam menggunakan jasa Danau Poso Resort. Dalam penelitian ini Penulis membaginya dalam beberapa atribut penting antara lain, keputusan responden menginap di Danau Poso Resort karena kualitas produk yang di tawarkan, promo dan layanan yang diberikan, dan rekomendasi dari teman atau sanak saudara yang sudah pernah menginap di Danau Poso Resort sebelumnya.

2. Variabel Independen : *Marketing Mix*

Untuk *Marketing Mix* merujuk kepada konsepsi bauran pemasaran tradisional yang meliputi 4 p yakni produk, harga, tempat serta promosi yang diluaskan melalui menambahkan unsur non tradisional yakni partisipan, bukti fisik serta proses hingga kemudian terdapat 7 elemen (7P).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan Penelitian ini dilangsungkan yakni guna mencari tahu pengaruh variabel *marketing mix* terhadap keputusan pelanggan di Danau Poso Resort. Penelitian ini memakai *metode purposive sampling*, objek yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini ialah danau Poso resort. Pengujian memakai berjumlah 104 responden yang tidak lain ialah pelanggan yang datang berkunjung di Danau Poso Resort. Penelitian ini dilaksanakan selama akhir bulan Februari sampai Oktober 2021. Dari hasil pengujian bisa disimpulkan sebagaimana yakni:

A. Analisis Karakteristik Responden

1. Responden paling banyak pada penelitian ini ialah berjenis kelamin wanita yang terdapat 80 responden (80%).
2. Responden paling banyak pada penelitian ini berusia 17-27 tahun yang terdapat 77 responden (74%)
3. Responden paling banyak pada penelitian ini memiliki pekerjaan selaku mahasiswa yang terdapat 41 responden (39,4%).

B. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel produk memengaruhi dengan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort disertai tingkatan signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga kemudian memperlihatkan hipotesis penelitian diterima.

2. Variabel harga memengaruhi dengan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort disertai tingkatan signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga kemudian memperlihatkan hipotesis penelitian diterima.
3. Variabel tempat memengaruhi dengan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort disertai tingkatan signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga kemudian memperlihatkan hipotesis penelitian diterima.
4. Variabel promosi memengaruhi dengan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort disertai tingkatan signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga kemudian memperlihatkan hipotesis penelitian diterima.
5. Variabel partisipan/orang memengaruhi dengan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort disertai tingkatan signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga kemudian memperlihatkan hipotesis penelitian diterima.
6. Variabel bukti fisik memengaruhi dengan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort disertai tingkatan signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga kemudian memperlihatkan hipotesis penelitian diterima.
7. Variabel proses keputusan terhadap keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort disertai tingkatan signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga kemudian memperlihatkan hipotesis penelitian diterima.
8. Komponen variabel *marketing mix* yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*, serta *process* secara simultan memengaruhi dengan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort disertai tingkatan signifikansi yakni $0,000 < 0,05$. Sehingga kemudian memperlihatkan hipotesis penelitian diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Ini mempunyai sejumlah keterbatasan yang membutuhkan penelitian lanjutan, sejumlah keterbatasan itu sendiri di antaranya:

1. Penelitian ini menyelaraskan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksakan responden agar memberi jawabannya selaras dengan berbagai pilihan jawaban yang disediakan oleh peneliti
2. Penelitian ini semata-mata dilangsungkan di daerah tertentu semata dan mempunyai keterbatasan dan responden yakni hanyalah 100 responden yang tidak lain ialah pelanggan yang pernah menginap di danau Poso resort.

5.3 Saran

5.3.1 Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Danau Poso Resort

Diamati dari perolehan analisa uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji R^2) p memberi bahwasanya komponen variabel marketing mix berdampak positif serta signifikan pada keputusan pelanggan dalam menginap di danau Poso resort. Perolehan penghitungan determinasi (R^2) yang menyebutkan bahwasanya nilai adjusted R square yakni 0,771 yang bermakna variabilitas variabel dependen (keputusan pelanggan untuk menginap di Danau Poso Resort) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen sebanyak 77,1%. disisilain sisanya ($100\% - 77,1\% = 22,9\%$) pengaruh oleh variabel lainnya yang Tidak dikaji oleh peneliti. Berdasarkan perolehan itu sendiri dengan demikian masukan yang bisa peneliti sampaikan untuk kedepannya yang diperuntukkan danau Poso resort ialah mesti diadakan peningkatan pada variabel *marketing mix* terlebih khusus variabel

yang memengaruhi dengan yaitu *Product, promotion, people, dan process* agar konsumen Danau Poso Resort semakin sering untuk datang berkunjung ke Danau Psoo Resort.

5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dengan didasari perolehan penelitian yang dilangsungkan, dengan demikian terdapat sejumlah masukan yang bisa penulis sampaikan pada penelitian berikutnya untuk melengkapi serta mempermudah penelitian supaya semakin membaik yakni:

1. Berbagai pertanyaan yang diberi Tidak semata-mata berbentuk pertanyaan tertutup namun pula pertanyaan terbuka yang bisa diajukan pada responden melalui metode wawancara supaya berbagai jawaban yang diberi oleh responden semakin objektif ataupun selaras dengan kondisi responden.
2. Dalam penelitian di masa mendatang diharapkan nanti melangsungkan studi terhadap danau Poso resort melalui variabel lainnya yang bisa memberikan pengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk berkunjung. Dikarenakan dari perolehan penelitian yang peneliti langsung kan bahwasanya nilai adjusted R square 0,771 yang maknanya varibilitas variabel dependen (keputusan pelanggan di Danau Poso Resort) yang bisa diterangkan oleh variabilitas variabel independent sebesar 77,1%. Disisi lain sisanya ($100\% - 77,1\% = 22,9\%$) diberikan pengaruh oleh variabel lainnya yang Tidak dikaji pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Artawan, I. P. P., & Ekawati, N. W. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOUR PACKAGE PT SMAILING TOUR DI BALI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali–Indonesia PENDAHULUAN Perkembangan pariwisata di Indonesia yang sangat pesat disebabkan oleh meningkatnya. E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 11, 1249–1274.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran Pemasaran 7p Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. Jurnal Mirai Management, 6(1), 120–136. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Farida Ida et al. (2016) Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.1, No.1, ISSN 2527 – 7502
- Fandi, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Gajali, J. AL, Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Nasi Bakar Bilmar Adam (Studi Pada Konsumen Nasi Bakar Bilmar Adam Di Kecamatan Kumai Provinsi Kalimantan Tengah. E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen, 33–53.
- Hafi, M., & Sutanto, J. E. (2020). An Empirical Implementation of Marketing Mixes on Purchasing Decisions of Products At Pt Berlian Gresik in Indonesia. International Journal of Economics, Business and Management Research, 4(04), 218–231.
- Hasan, S., Wahid, M., & Basalamah, Muh, S. (2016). Marketing Mix Effect on the Decision of Customer in The Matter In Choosing The Home Purchase Loans In PT. BNI 46 Griya BNI (Persero) Tbk Branch Makassar. International Journal of Business and Management Invention, 5(6), 20–30.
- Kartini Kartono. 2014. Pemimpin dan Kepemimpinan. PT.Grafindo Persada, Jakarta.
- Kavanillah, D., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Andita Syariah Surabaya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th editi). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing Seventeenth Edition. Pearson Education Limited.
- Marcelina B, Tantra B.(2017) Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Guest House Di Surabaya. eJournal manajemen Perhotelan, ISSN 5961-5444.

- Marpaung, F. K., S, Markus, W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64.
- Noor, Agus Mentari. (2016). Pengaruh bauran pemasaran 7(P) terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa hotel Grand Sawit di Samarinda. *eJournal administrasi bisnis*, ISSN 2355-5408
- Noviyanto, I., & Basri, H. A. (2019). Analysis of the Effect of Marketing Mix on Purchasing Decisions on the Trans Park Cibubur Apartment. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9), 295–302
- Panjaitan, E., Sinulingga, S., & Wibowo, Rulianda, P. (2019). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Decision on Bright Gas Product in Medan (Study in PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Regoin I). *International Journal of Research & Review*, 6(10), 205–212.
- Pratama, R. A., & Waluyo, M. (2020). Analisis Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aquarium Dengan Metode SEM di PT.XYZ. *Juminten : Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 1(3), 59–69. <https://doi.org/10.33005/juminten.v1i3.63>
- Pratiwi & Latif.(2020) Sharia Marketing Mix Terhadap Minat Menginap Kembali di Hotel Grasia Semarang. *eJournal Magisma*, ISSN 2685-1504.
- Qorizah Alfia dan Prabowo Prayudi Setiawan. 2019. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2 No. 2.
- Sa’adah, H., & Sopingi, I. (2019). Marketing Mix-7P dan Religi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Survey Pada PT. Bank BRISyariah KCP Wahid Hasyim Jombang). *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 59-72
- Salam,N. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian Produk Benih Holtikultura CV. Sumber Horti Nasional. *Magister Agribis*, 19(1), 1–9. www.journal.uta45jakarta.ac.id
- Setiawan, A., Rois, A., & Asiyah, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari Eco Desa Sembung Tulungagung. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 138– 155.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sulastiyono, Agus (2011) *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Bandung : Alfabeta

- Widyaningrum, Y. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Strtuktur Aktiva, dan Ukuran perusahaan Terhadap Struktur modal Perusahaan. skripsi. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Wijaya Evelyn dan Ariyanti Puspa Marantika. 2018. “Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada International TBK Cabang A. Yani pekanbaru”, *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, Vol. 1 No. 2.
- Wulandari, F., & Utama, H. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Handphone Realme Di Matahari Singosaren. *Journal of Business And Management*, 7(1), 88–97. <https://ejournal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola>
- Yusuf (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Destination Image terhadap Keputusan Wisatawan Berkenjung pada Pariwisata Syariah di Kabupaten Lima Puluh Kota Provinsi Sumatera Barat. *eJurnal agama dan ilmu pengetahuan*, ISSN 2598-2168.

