

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DOMESTIK PADA WISATA PANTAI SARI RINGGUNG
DI KABUPATEN PESAWARAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Program
Sarjana



OLEH :
AGUNG PRAYOGO
NPM. 16610003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2021



PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DOMESTIK PADA WISATA PANTAI SARI RINGGUNG
DI KABUPATEN PESAWARAN

SKRIPSI

Diajukan

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi (S1)

Oleh :

AGUNG PRAYOGO
NPM. 16610003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020

ABSTRAK

Prayogo, Agung. 2020. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Domestik pada Wisata Pantai Sari Ringgung di Kabupaten Pesawaran. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (1) Ery Baskoro, S.E., M.M (2) H. Suwanto, S.E., M.M.

Berdasarkan temuan lapangan didapatkan permasalahan yang terjadi adalah menurunnya tingkat kunjungan wisatawan di Pantai Sari Ringgung pada hari-hari kerja, dan kurang suksesnya peningkatan obyek pariwisata dikarenakan promosi yang belum efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan dan promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan domestik Pantai Sari Ringgung di Kabupaten Pesawaran.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan jenis penelitian *explanatory survey*, dan iklan dan promosi sebagai variabel bebas dan tingkat kunjungan wisatawan domestik sebagai variabel terikatnya. Teknik penentuan sampelnya adalah *accidental sampling*, sebanyak 73 pengunjung yang ditemui pada saat penelitian. Sebagai alat ukur digunakan 60 item kuisisioner dengan pengukuran skala *likert* dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, angket dan dokumentasi.

Hasil penelitian menggunakan uji t (parsial) menunjukkan nilai dari pengaruh iklan terhadap tingkat kunjungan wisatawan yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,673 > 1,669$), dan nilai dari pengaruh promosi terhadap tingkat kunjungan wisatawan yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,606 > 1,669$). Sedangkan pada uji f (simultan) menunjukkan nilai dari pengaruh iklan dan promosi secara simultan terhadap tingkat kunjungan wisatawan yaitu $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($11,284 > 3,737$). Dari perhitungan nilai *R square* kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikat adalah sebesar 63,5%, yang artinya terdapat 36,5% varians variabel terikat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran Terpadu, Tingkat Kunjungan Wisatawan*

ABSTRACT

Prayogo, Agung. 2020. The Effect of Integrated Marketing Communication on the Level of Domestic Tourist Visits on Sari Renteng Beach Tourism in Pesawaran District. Thesis Management Study Program Faculty of Economics and Business (1) Ery Baskoro, S.E., M.M (2) H. Suwanto, S.E., M.M.

Based on the field findings, it is found that the problems that occur are the decrease in the level of tourist visits at Sari Rutut Beach on weekdays, and the lack of success in increasing tourism objects due to ineffective promotions. The purpose of this study was to determine the effect of advertising and promotion on the level of domestic tourist visits to Sari Rutut Beach in Pesawaran Regency.

This research is a quantitative research. With this type of explanatory survey research, and advertising and promotion as independent variables and the level of domestic tourist visits as the dependent variable. The technique of determining the sample is accidental sampling, as many as 73 visitors were met during the study. As a measurement tool used 60 questionnaire items with Likert scale measurement and analyzed using multiple linear regression. Methods of data collection by observation, interviews, questionnaires and documentation.

The results of the study using the t test (partial) showed the value of the effect of advertising on the level of tourist visits, namely $t_{count} > t_{table}$ ($1.673 > 1.669$), and the value of the effect of promotion on the level of tourist visits, namely $t_{count} > t_{table}$ ($2.606 > 1.669$). While the f test (simultaneous) shows the value of the effect of advertising and promotion simultaneously on the level of tourist visits, namely $f_{count} > f_{table}$ ($11,284 > 3,737$). From the calculation of the R square value, the ability of the independent variable to explain the variance of the dependent variable is 63.5%, which means that 36.5% of the variance of the dependent variable is explained by other factors not examined.

Keywords: Integrated Marketing Communication, Tourist Visit Level

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DOMESTIK PADA WISATA PANTAI SARI RINGGUNG
DI KABUPATEN PESAWARAN

AGUNG PRAYOGO

NPM. 16610003

Disetujui Oleh:

Pembimbing I.



Ery Baskoro, S.E., M.M.
NIDN. 0202125701

Pembimbing II.



H. Suwanto, S.E. M.M.
NIDN. 0210036801

Mengetahui,
Kaprodik Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP TINGKAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DOMESTIK PADA WISATA PANTAI SARI RINGGUNG
DI KABUPATEN PESAWARAN**

AGUNG PRAYOGO

NPM. 16610003

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 02 Februari 2021
Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi

Tim Penguji :


Ery Baskoro, S.E., M.M. , Penguji I
NIDN. 0202125701


H. Suwanto, S.E., M.M. , Sekretaris
NIDN. 0210036801


Dr. Suharto, S.E., M.M. , Penguji Utama
NIDN. 0228035801

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi


H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801



MOTTO

“Banyak orang ingin menjadi besar, namun terlena dan lupa untuk membesarkan orang lain”.

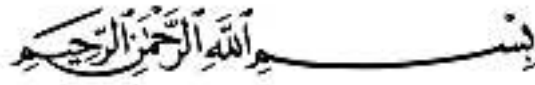
(Agung Prayogo)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan ridho-Nya, skripsi ini dapat ditulis dengan baik dan lancar hingga selesai. Dengan ini kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tuaku Ibuk dan Bapak anugrah terindah yang dititipkan Allah dalam hidupku. Terimakasih atas doa yang tak berkesudahan, maaf belum bisa jadi anak yang berbakti. Semoga Allah membalas setiap doa dan kebaikan kalian dan menjaga keluarga kita hingga Jannah-nya. Amiin Yarobal'amin.
2. Kakak dan adikku terimakasih atas doa, motivasi, semangat dan dukungan yang tak henti diberikan. Jazakallah Khairan Katsiran.
3. Keluarga besarku terimakasih atas segalanya.
4. Kuyeng (Arlin), Suli (Ladi), Kidenk (Bayu), Kemponk (Canu), Sumitrox (Mas Anggi), Pakde (Abdi), Gelok (Diodona), lay (Eca), Gokong (Ade), Badut (Elda), Beeh (Bewi) yang selalu memberi *support* dan menjadi teman terbaik selama menempuh ilmu hingga penulisan skripsi ini.
5. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Segala puji dan syukur penulis hanturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya serta pertolongan-Nya. Sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Domestik pada Wisata Pantai sari ringgung di Kabupaten Pesawaran”** dapat terselesaikan. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada tauladan kita, Nabi Muhammad SAW, keluarganya, serta sahabatnya yang kita nanti-nantikan syafaatnya di yaumil akhir.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro. Penyusunan Skripsi ini dapat selesai dengan lancar tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E. M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan sebagai dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Ery Baskoro, S.E., M.M., dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan banyak wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berarti bagi penulis. Dan seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro, penulis ucapkan terima kasih atas segala bantuannya.
6. Teman-teman seperjuangan khususnya prodi Manajemen angkatan 2016 yang telah berjuang bersama dan saling mendukung. Terimakasih.
7. Semua Pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan skripsi ini. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi peneliti.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Metro, Februari 2021



Agung Prayogo
NPM. 16610003

PERNYATAAN TIDAAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Agung Prayogo
NPM : 16610003
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Dosen Pembimbing : 1. Ery Baskoro, S.E., M.M
2. H. Suwanto, S.E. M.M.

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Domestik pada Wisata Pantai sari ringgung di Kabupaten Pesawaran”** adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Ekonomi dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Februari 2021
Yang membuat pernyataan,



Agung Prayogo
NPM. 16610003



PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 1676/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : AGUNG PRAYOGO
NPM : 16610003
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP
TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK PADA WISATA
PANTAI SARI RINGGUNG DI KABUPATEN PESAWARAN

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 21 Oktober 2020
Kepala Unit,

Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Jl. Dewantara No 116
Kec. Metro Timur Kota
Lampung, Indonesia

Website: www.upi-ummetro.ac.id
Email: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	xii
HALAMAN SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Perumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	5
G. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori	6
1. Manajemen Pemasaran	6
2. Komunikasi Pemasaran Terpadu	8
a. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	8
b. <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	9
c. Elemen Bauran Komunikasi pemasaran Terpadu	10
d. Mengelola Proses Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	14
e. Mengembangkan Komunikasi Pemasaran Yang Efektif.....	15
f. Indikator Bauran Komunikasi Pemasaran Terpadu	16
3. Pariwisata	17
a. Definisi Pariwisata	17
b. Tingkat Kunjungan Wisatawan.....	17
c. Indikator Kunjungan Wisatawan.....	21
B. Hasil Penelitian Relevan	21

C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian.....	25
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	25
C. Metode Penelitian	25
D. Populasi dan Sampel.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Pengujian Persyaratan Instrumen	29
G. Teknik Analisis Data	31
H. Pengujian Model Analisis	33
I. Hipotesis Statistik.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	36
B. Hasil Penelitian	42
1. Deskripsi Data Hasil Kuesioner	42
2. Pengujian Persyaratan Analisis Regresi.....	46
3. Pengujian Model Analisis.....	48
C. Hipotesis Statistik	51
D. Pembahasan.....	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	54

DAFTAR LITERATUR LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Wawancara Prasurvey	2
2. Penelitian Relevan.....	21
3. Kisi – kisi angket kuesioner.....	27
4. Skala <i>Likert</i>	38
5. Daftar Nama Bersarkan Jabatan Pengelolaan Pantai Sari Ringgung Kecamatan Teluk Pandan Kabupten Pesawaran	43
6. Fasilitas di Pantai Sari Ringgung	43
7. Interval Uji Coba Variabel Iklan (X_1).....	46
8. Interval Uji Coba Variabel Promosi (X_2).....	47
9. Interval Uji Coba Variabel Kunjungan Wisatawan (Y).....	49
10. Hasil Uji Coba Normalitas	50
11. Hasil Uji Coba Linearitas X_1 dengan Y	51
12. Hasil Uji Coba Linearitas X_2 dengan Y	51
13. Hasil Uji Coba Homogenitas	52
14. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	52
15. Hasil Uji t	53
16. Uji F (Simultan).....	54
17. Hasil Koefisien Determinasi.....	55
18. Hasil Pengujian Pengaruh Iklan (X_1) terhadap Kunjungan Wisatawan (Y).....	56
19. Hasil Pengujian Pengaruh Promosi (X_2) terhadap Kunjungan Wisatawan (Y).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pikir.....	26
2. Struktur Organisasi Pengelola Pantai Sari Ringgung 2020	41
3. Diagram Iklan (X_1).....	46
4. Diagram Promosi (X_2)	48
5. Diagram Kunjungan Wistawan (Y)	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Hasil Wawancara Prasurvey.....	59
2. Lembar Kuesioner Penelitian.....	60
3. Data Mentah Kuesioner	67
4. Data Analisis Persyaratan Instrumen.....	73
5. Hasil Uji <i>Product Moment</i> untuk Iklan, Promosi, dan Kunjungan Wisatawan.....	76
6. Data Hasil Kuesioner Setelah Uji Validitas.....	78
7. Hasil Analisis Persyaratan Regresi	81
8. Hasil Pengujian Hipotesis	83
9. Tabel <i>Product Moment</i>	84
10. L Tabel	86
11. <i>DISTRIBUTION</i> TABEL NILAI F	89
12. <i>DISTRIBUSI</i> NILAI t_{tabel}	90
13. Lembar Pengajuan Judul.....	91
14. Surat Keputusan Pengangkatan Dosen Pembimbing	92
15. Surat Keputusan Ujian Skripsi	93
16. Lembar Berita Acara Ujian Skripsi dan Komprehensif.....	94
17. Lembar Nilai Ujian Komprehensif.....	97
18. Lembar Saran/Perbaikan Ujian Komprehensif	100
19. Lembar Rekap Hasil Ujian Komprehensif	103
20. Lembar Penerimaan Jurnal Diversifikasi.....	104
21. Lembar Konsultasi Pembimbingan Skripsi.....	105
22. Daftar Riwayat Hidup.....	107