

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI GUA KRISTAL BOLOK**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH

YOSEPH RANGGA DHAE

NIM : 32121116

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KEMBALI DI GUA KRISTAL BOLOK**

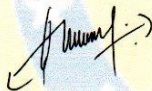
Yang diajukan oleh :

Nama : Yoseph Rangga Dhae
NIM : 32121116
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing
Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II



Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM
NIDN: 0818116101



Engelbertus G.C Watu, SE, MM
NIDN: 1505049301

Kupang 2025

Ketua Program Studi Manajemen



Heddy H. T. Lejap, SE, MM
NIDN : 1516109301

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 09 April 2025

Jam : 10.00 - Selesai

Tempat : Biro umum

Atas Nama : Yoseph Ranga Dhae

NIM : 32121116

Dinyatakan : LULUS

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM
2. Sekretaris : Engelbertus G.C. Watu, SE, MM
1. Penguji I : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
2. Penguji II : Apryanus Fallo, SE, MM
3. Penguji III : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM

(.....)

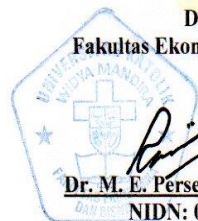
(.....)

(.....)

(.....)

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. M. E. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN: 0819066703

Ketua Program Studi
Manajemen



Nedwiga H. S. Lejap, SE, MM
NIDN: 1516109301

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Yoseph Rangga Dhae
No Registrasi : 32121116
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis/Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI GUA KRISTAL BOLOK

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, Juni 2025



Yoseph Rangga Dhae

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

**“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”.
(Amsal 23:18)**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Kermilus Dhae dan Mama Mancelina Rere sebagai orang tua kandung dan Bapak Karolus Karo dan Mama Maria Bunga Sengsara yang bersusah payah membiayai dan tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudari yang terkasih (Helena Cornelia Hada, Margareta Bhoa Dhae dan Maria Regina Dhae) yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Maret 2025

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Gua Kristal Bolok”**, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada:

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Erse Perseveranda, SE, MM selaku Dekan, Br. Salomon Leki, SE, M.Ec. Dev dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si. selaku Wakil Dekan I dan II, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang,

serta seluruh staff dosen pada Program Studi Manajemen atas ilmu yang diberikan selama penulis menuntut ilmu di program studi Manajemen.

4. Maria B.M.G. Wutun, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan penuh kesabaran membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan seluruh rangkaian proses pendidikan dibangku perkuliahan.
5. Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Engelbertus G.C. Watu, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Simon Sia Niha, SE, M.si selaku dosen Penguji I dan Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
7. Ibu Getrudis F. Kase, A.Md selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
8. Seluruh Civitas Akademika Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis selama dibangku perkuliahan.
9. Pemilik gua kristal, penjaga gua kristal bolok serta seluruh responden, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi kepada penulis dalam proses penelitian.
10. Kepada keluarga besar embu kengge yang selalu mendoakan dan mendukung dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

11. Bapak Kermilus Dhae dan Mama Mancelina Rere sebagai orang tua kandung dan Bapak Karolus Karo dan Mama Maria Bunga Sengsara yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk keberhasilan, beserta saudara-saudari tercinta (Helena Cornelia Hada, Margareta Bhoa Dhae dan Maria Regina Dhae) yang telah memberikan dukungan dan doa bagi penulis untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.
12. Kepada kekasih tercinta Angelique Wella Hendtriani yang telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan baik dalam bentuk moril dan materil, doa dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Kepada sahabat, Agan, Elo, Raden, Cici, Anita, Neken dan teman-teman serta kenalan yang tidak dapat penulis sebut namanya satu persatu yang turut memberikan sumbangan berupa moril maupun material.
14. Dan untuk semua orang yang memotivasi dan selalu mendukung penulis dalam menggapai cita-cita.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini. Dan akhir kata, penulis mengucapkan limpah terimakasih dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kupang, Januari 2025

Penulis

ABSTRAK

Yoseph Rangga Dhae (32121116). Dengan judul penelitian **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Gua Kristal Bolok”** dibawah bimbingan Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE,MM selaku pembimbing I dan Bapak Engelbertus G. C. Watu SE, MM selaku pembimbing II.

Minat Berkunjung Kembali adalah keinginan atau kemauan seseorang untuk melakukan lagi perjalanan atau kunjungan ke tempat yang sama atau sudah dilakukan. Perkembangan data pengunjung Gua Kristal Bolok selama 4 tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup signifikan. Masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana gambaran umum persepsi konsumen terhadap produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik dan minat berkunjung kembali ke Gua Kristal Bolok? (2) Apakah produk, harga, promosi, tempat, orang dan bukti fisik secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali ke Gua Kristal Bolok? (3) Apakah produk, harga, promosi, tempat, orang dan bukti fisik secara simultan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung kembali ke Gua Kristal Bolok?.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Di Kota Kupang yang telah atau pernah memutuskan untuk berkunjung ke Gua Kristal Bolok yang jumlahnya tidak diketahui pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu 105 responden. Pengumpulan data menggunakan Kuesioner melalui *Google Form*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel produk sebesar 73,18%, variabel harga sebesar 83,88%, variabel promosi sebesar 73,69% variabel tempat sebesar 74,94%, variabel orang sebesar 69,55%, variabel bukti fisik sebesar 82,18% dan variabel minat berkunjung kembali sebesar 72,44%, semua variabel termasuk dalam kategori baik. Analisis statistik regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 0,382 X_1 + (-0,136 X_2) + 0,228 X_3 + (-0,038 X_4) + 0,329 X_5 + 0,117 X_6$. Hasil uji t diperoleh t hitung untuk variabel produk 5,352 dengan nilai signifikan 0,000 variabel harga 1,616 dengan nilai signifikan 0,109, variabel promosi 3,314 dengan nilai signifikan 0,001, variabel tempat -0,427 dengan nilai signifikan 0,670 variabel orang 4,709 dengan nilai signifikan 0,000 variabel bukti fisik 1,332 dengan signifikan 0,189 dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Hasil uji F_{hitung} sebesar 64,098 dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 hasil ini menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan ke enam variabel bebas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Gua Kristal Bolok. Nilai Koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan menjelaskan kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 77% sedangkan sebesar 23% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut disarankan agar para petugas yang berada di Gua Kristal Bolok dapat melayani para pengunjung dengan lebih sopan, ramah dengan menggunakan bahasa komunikasi yang baik dan benar.

Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Bukti fisik dan Minat Berkunjung Kembali

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Minat Berkunjung Kembali.....	13
2.3 Bauran Pemasaran.....	16
2.4 Produk (product)	17
2.5 Harga (price)	18
2.6 Promosi (promotion).	20
2.7 Tempat (place)	21
2.8 Orang (people)	23
2.9 Bukti Fisik (physical evidence).....	24
2.10 Penelitian Terdahulu	25
2.11 Pengembangan Hipotesis	28
1.12 Hipotesis Penelitian.....	29

BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.3 Jenis data	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Definisi Operasional	33
3.6 Analisis Data	41
3.7 Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Karakteristik Responden	48
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Berkunjung Responden.....	49
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Terakhir Kali Berkunjung	50
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.3 Analisis Data	56
4.3.1 Analisis Deskriptif	56
4.3.2 Analisis Statistik inferensial	63
4.4 Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel, Indikator, dan Skala	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung	50
Tabel 4.5 Uji validitas produk	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Tempat	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Orang	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung Kembali	55
Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.13 Kategori Gambaran Minat Berkunjung Kembali (Y)	57
Tabel 4.14 Kategori Gambaran Produk (X1)	58
Tabel 4.15 Kategori Gambaran Harga (X2)	58
Tabel 4.16 Kategori Gambaran Promosi (X3)	59
Tabel 4.17 Kategori Gambaran Tempat (X4)	60
Tabel 4.18 Kategori Gambaran Orang (X5)	60
Tabel 4.19 Kategori Gambaran Bukti Fisik (X6)	61
Tabel 4.22 Uji Linearita	63
Tabel 4.23 Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.24 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.25 Hasil Uji Parsial (Uji t)	69
Tabel 4.26 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Gua Kristal.....	5
Gambar 1.2 Keluhan Pengunjung Melalui Media Sosial.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	28
Gambar 4.1 Gambar Histogram Uji Normalitas	62
Gambar 4.2 P-plot Uji Normalitas	62
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	65