

**PERSEPSI PENGUNJUNG DALAM PELAKSANAAN BAURAN
PEMASARAN PADA OBJEK WISATA MUSEUM SULTAN MAHMUD
BADARUDDIN II PALEMBANG**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

**Nama : Bagas Eka Saputra
NPM : 0617 4061 1605**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2021**

**PERSEPSI PENGUNJUNG DALAM PELAKSANAAN BAURAN
PEMASARAN PADA OBJEK WISATA MUSEUM SULTAN MAHMUD
BADARUDDIN II PALEMBANG**



**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata I Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

**Nama : Bagas Eka Saputra
NPM : 0617 4061 1605**

Menyetujui,

Palembang, 28 Juli 2021
Pembimbing II,

Pembimbing I,

**Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si
NIP 1973301312001121002**

**Lisnini, S.E., M.Si
NIP 195904211989102001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Heri Setiawan, SE., M.AB
NIP 197602222002121001**

Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 19860226015042003**

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

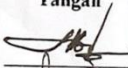
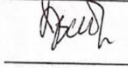
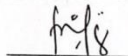
Nama : Bagas Eka Saputra
NPM : 0617 4061 1605
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Persepsi Pengunjung Dalam Pelaksanaan Bauran Pemasaran Pada Objek Wisata Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang

Telah dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
dan Dinyatakan Lulus

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 28 Juli 2021

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
1	Dr. Syahirman Yusi, S.E., M.Si	3/8/2021	
2	Lisnini, S.E., M.Si	3/8/2021	
3	Fetty Maretha, S.E., M.M	2/8/2021	

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Bagas Eka Saputra
NPM : 0617 4061 1605
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Persepsi Pengunjung Dalam Pelaksanaan Bauran Pemasaran Pada Objek Wisata Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang, 10 Juli 2021
Penulis



Bagas Eka Saputra
NPM 061740611605

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Kesuksesanmu sekarang adalah perwujudan dari doa-doa orangtuamu”

(Bagas Eka Saputra)

Kami Persembahkan kepada :

- ✓ Orangtua tercinta
- ✓ Keluarga tercinta
- ✓ Almamater kebanggaanku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat serta karunia-Nya yang tak terhingga, tak lupa shalawat beriring salam selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW beserta keluarga, sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman. Berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Persepsi Pengunjung Dalam Pelaksanaan Bauran Pemasaran Pada Objek Wisata Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang.”

Adapun bahasan dalam Skripsi ini terfokus pada salah satu museum yang ada di kota Palembang yakni Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang terutama mengenai persepsi pengunjung terhadap bauran strategi pemasaran (7P).

Kelancaran proses Skripsi ini tak luput berkat bimbingan, arahan, dan petunjuk serta kerjasama dari berbagai pihak, baik pada tahap persiapan, penyusunan, hingga terselesaikannya Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Penulis Menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun demikian Skripsi ini telah memberikan manfaat bagi penulis. Akhir kata dari Penulis berharap ini dapat menjadi bentuk kebermanfaatan bagi kita semua. Kritik dan saran yang bersifat membangun akan Penulis terima dengan senang hati.

Palembang, 14 Juli 2021



Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Robbil'alamin

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, petunjuk, masukan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu Penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih yang tulus ikhlas kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si., selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.
4. Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan Penulis dalam penyelesaian Skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Ibu Lisnini, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan Penulis dalam penyelesaian Skripsi ini sampai selesai.
6. Ibu Nyimas Ulfa selaku Kasi Permuseuman dan Benda Bersejarah Dinas Kebudayaan Kota Palembang.
7. Ibu Kiki selaku Staff Permuseuman dan Benda Bersejarah Dinas Kebudayaan Kota Palembang
8. Kedua Orangtua, Saudara dan saudari kandungku yang paling aku sayangi, terima kasih telah memberikan motivasi dan semangat baik moril dan materi kepada Penulis.

9. Kepada Bang Rio yang selalu memberikan motivasi kepada Penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
10. Kepada rekan-rekan seperjuangan di *Land Of Dawn* yang telah membantu penulis menghilangkan beban pikiran selama penyusunan Skripsi ini.
11. Sahabatku: Fajri, Ecak, Yesi, Yoma, Risma dan semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan kekeluargaan yang terjalin selama ini.
12. Intean Siti Baroqah yang telah memberikan fasilitas tempat yang nyaman untuk Penulis mengerjakan Skripsi hingga tepat waktu.
13. Teman-teman DIV Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2017 khususnya BPA. Terima kasih atas kebersamaan 4 tahun masa perkuliahan ini.
14. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan Skripsi yang tidak bisa Penulis sebutkan satu persatu dalam penyusunan Skripsi ini.

Akhir kata, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada Penulis, Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapat perlindungan-Nya. Amin.

Palembang, 28 Juli 2021



Penulis

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Bagas Eka Saputra
Judul : Persepsi Pengunjung Dalam Pelaksanaan Bauran Pemasaran Objek Wisata Museum Sultan Mahmud Baddarudin II Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap bauran pemasaran Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data berupa wawancara bersama narasumber utama, observasi serta pembagian kuisioner kepada pengunjung dan mereka yang pernah berkunjung ke museum setidaknya satu kali kunjungan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran berupa Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Proses dan Bukti Fisik memiliki persepsi dengan rata-rata tanggapan capaian responden dalam kriteria Baik. Bauran pemasaran Produk dan Lokasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pengunjung sedangkan pada bauran Promosi walaupun berada dalam kriteria persepsi yang Baik tetapi belum memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi pengunjung. Dengan hasil penelitian ini diharapkan bagi pengelola untuk memperhatikan strategi bauran pemasaran terutama pada bagian promosi agar lebih efektif dan efisien menjangkau pengunjung, memperbaiki kualitas SDM, dan pengadaan anggaran terkait pemeliharaan fasilitas dan kelayakan koleksi-koleksi di dalam museum.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Lokasi, Promosi. Persepsi

ABSTRACT

Student Name : **Bagas Eka Saputra**
Heading : **Perception Of Visitors In The Implementation Of
The Marketing Mix Of Tourist AttractionsOf The
Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang**

This study aims to determine the perception of visitors to the marketing mix of Products, Prices, Locations, Promotions, People, Processes, and Physical Evidence. This research uses qualitative research method with descriptive quantitative approach with data retrieval techniques in the form of interviews with the main speakers, observation and questionnaire sharing to visitors and to them that have visited the museum at least once. The results of the study showed that the marketing mix in the form of Products, Prices, Locations, Promotions, People, Processes and Physical Evidence has a perception with the average response of respondents in the criteria Of Good. Product and Location marketing mix has a significant influence on visitor perception while in the Promotion mix although it is in the criteria of good perception but has not given a significant influence on the perception of visitors. With the results of this research, it is expected for the manager to pay attention to the marketing mix strategy, especially in the promotion section in order to more effectively and efficiently reach visitors, improve the quality of human resources, and procure budgets related to the maintenance of facilities and the feasibility of collections within the museum.

Keyword:Marketing Mix, Product, Place, Promotion, Perception

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Praktis.....	6
1.5.2 Manfaat Teoritis	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Strategi Pemasaran	9
2.1.3 Pengertian Pemasaran Pariwisata	10
2.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.2.2 Dimensi Bauran Pemasaran Jasa	12
2.3 Persepsi	14
2.3.1 Pengertian Persepsi	14
2.3.2 Persepsi Pengunjung	14

2.3.3	Aspek-Aspek Persepsi	15
2.4	Kepariwisataan.....	16
2.4.1	Pengertian Pariwisata.....	16
2.4.2	Jenis-Jenis Pariwisata	16
2.4.3	Objek Wisata.....	17
2.4.4	Wisatawan.....	18
2.5	Museum	19
2.5.1	Pengertian Museum	19
2.5.2	Jenis-Jenis Museum	20
2.6	Penelitian Terdahulu	21
2.7	Kerangka Berfikir Penelitian	25
2.8	Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODELOGI PENELITIAN..... 27

3.1	Pendekatan Penelitian	27
3.2	Lokasi Penelitian.....	27
3.3	Populasi dan Sampel	27
3.3.1	Populasi.....	27
3.3.2	Sampel	28
3.3.3	Informan Penelitian.....	29
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.5	Teknik dan Pengumpulan Data.....	30
3.5.1	Riset Lapangan	30
3.5.2	Riset Dokumentasi	31
3.5.3	Riset Kepustakaan.....	32
3.6	Skala Pengukuran	32
3.7	Operasional Variabel Penelitian	33
3.8	Teknik Analisis Data	34
3.8.1	Analisis Data Kualitatif	34
3.8.2	Analisis Data Kuantitatif	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 41

4.1	Hasil Penelitian	41
4.1.1	Gambaran Umum Objek Wisata	41
4.1.2	Sejarah Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang	42
4.1.3	Visi dan Misi	42
4.1.4	Koleksi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang	42
4.2	Bauran Pemasaran.....	44
4.2.1	Bauran Pemasaran Museum SMB II.....	44
4.2.2	<i>Product</i>	45
4.2.3	<i>Price</i>	47
4.2.4	<i>Place</i>	49
4.2.5	<i>Promotion</i>	50
4.2.6	<i>People</i>	51

4.2.7	<i>Process</i>	52
4.2.8	<i>Phsycal Evidence</i>	52
4.3	Karakteristik Responden.....	54
4.3.1	Berdasarkan Asal Daerah.....	54
4.3.2	Berdasarkan Usia	54
4.3.3	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.3.4	Berdasarkan Pendidikan	56
4.3.5	Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.3.6	Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	58
4.4	Rekapitulasi Skor Jawaban Responden	58
4.4.1	Rekapitulasi Skor Persepsi Pada Dimensi <i>Product</i> (X1).....	59
4.4.2	Rekapitulasi Skor Persepsi Pada Dimensi <i>Price</i> (X2).....	59
4.4.3	Rekapitulasi Skor Persepsi Pada Dimensi <i>Place</i> (X3).....	60
4.4.4	Rekapitulasi Skor Persepsi Pada Dimensi <i>Promotion</i> (X4)...	61
4.4.5	Rekapitulasi Skor Persepsi Pada Dimensi <i>People</i> (X5).....	61
4.4.6	Rekapitulasi Skor Persepsi Pada Dimensi <i>Process</i> (X6).....	62
4.4.7	Rekapitulasi Skor Persepsi Pada Dimensi <i>Phsycal Evidence</i> (X7)	63
4.5	Uji Instrumen Penelitian	63
4.5.1	Uji Validitas	63
4.5.2	Uji Reabilitas	65
4.6	Uji Hipotesis	66
4.6.1	Uji Parsial (Uji-t)	66
4.6.2	Uji Simultan (Uji-F).....	69
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.6.4	Uji Regresi Linier Berganda	71
4.7	Pembahasan.....	72
4.7.1	Persepsi Pengunjung Tentang <i>Product</i> (Produk).....	73
4.7.2	Persepsi Pengunjung Tentang <i>Price</i> (Harga).....	76
4.7.3	Persepsi Pengunjung Tentang <i>Place</i> (Lokasi)	78
4.7.4	Persepsi Pengunjung Tentang <i>Promotion</i> (Promosi).....	80
4.7.5	Persepsi Pengunjung Tentang <i>People</i> (Orang)	82
4.7.6	Persepsi Pengunjung Tentang <i>Process</i> (Proses)	84
4.7.7	Persepsi Pengunjung Tentang <i>Phsycal Evidence</i> (Bukti Fisik).....	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 91

5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	92

DAFTAR PUSTAKA..... 93

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Jumlah Pengunjung 2016-2020	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Perhitungan Skor Ideal Tanggapan Responden	36
Tabel 3.3 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden	37
Tabel 4.1 Jumlah Koleksi Museum SMB II Palembang.....	43
Tabel 4.2 Data Jumlah Kunjungan 2016-2020	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	58
Tabel 4.9 Rekapitulasi Skor Persepsi Pengunjung Dimensi <i>Product</i> (X1).....	59
Tabel 4.10 Rekapitulasi Skor Persepsi Pengunjung Dimensi <i>Pricet</i> (X2).....	60
Tabel 4.11 Rekapitulasi Skor Persepsi Pengunjung Dimensi <i>Place</i> (X3)	60
Tabel 4.12 Rekapitulasi Skor Persepsi Pengunjung Dimensi <i>Promotion</i> (X4)	61
Tabel 4.13 Rekapitulasi Skor Persepsi Pengunjung Dimensi <i>People</i> (X5)	62
Tabel 4.14 Rekapitulasi Skor Persepsi Pengunjung Dimensi <i>Process</i> (X6).....	62
Tabel 4.15 Rekapitulasi Skor Persepsi Pengunjung Dimensi <i>Phsycal Evidence</i> (X7)	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Reabilitas	65
Tabel 4.18 Hasil Analisis Uji t.....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	25
Gambar 4.1 Gedung Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang	46
Gambar 4.2 Arca Patung Ganesha	46
Gambar 4.3 Harga Tiket Masuk Untuk Pelajar	48
Gambar 4.4 Harga Tiket Masuk Untuk Mahasiswa	48
Gambar 4.5 Harga Tiket Masuk Untuk Umum	48
Gambar 4.6 Harga Tiket Masuk Untuk Wisatawan Mancanegara	49
Gambar 4.7 Laman <i>Instagram</i> Museum SMB II Palembang	51
Gambar 4.8 Pemandu Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang	52
Gambar 4.9 Simbol Telapak Kaki	53
Gambar 4.10 Kondisi Dalam Museum Yang Bersih	53
Gambar 4.11 Gerbang Masuk dan Bentuk Bangunan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang	74
Gambar 4.12 Presentasi atau Tata Pamer Koleksi Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang	75
Gambar 4.13 Pihak Ketiga Pengelola Kebijakan Parkir Kawasan Objek Wisata Museum Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang	77
Gambar 4.14 Papan Arah Menuju Museum SMB II Palembang	78
Gambar 4.15 Salah Satu <i>Postingan</i> pada Laman <i>Instagram</i> Museum SMB II Palembang	81
Gambar 4.16 Pemandu Sedang Memaparkan Konten Koleksi Museum	84
Gambar 4.17 Pintu Locket Tiket	85
Gambar 4.18 Area Penerimaan Pengunjung	85
Gambar 4.19 Fasilitas Ruang Pameran Tetap	87
Gambar 4.20 Halaman Parkir Objek Wisata Museum SMB II Palembang	88
Gambar 4.21 Fasilitas Toilet	88
Gambar 4.22 Perugas Kebersihan di dalam Museum	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Izin pengambilan data
- Lampiran 2 : Permohonan surat pengambilan data dari Polsri
- Lampiran 3 : Surat Balasan izin penelitian dari Dinas Kebudayaan Kota Palembang
- Lampiran 4 : Kesepakatan Bimbingan Pembimbing 1 (Satu)
- Lampiran 5 : Kesepakatan Bimbingan Pembimbing 2 (Dua)
- Lampiran 6 : Lembar Bimbingan Pembimbing 1 (Satu)
- Lampiran 7 : Lembar Bimbingan Pembimbing 2 (Dua)
- Lampiran 8 : *Draft* Wawancara kepada Dinas Kebudayaan Kota Palembang
- Lampiran 9 : *Draft* Angket/ Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 10 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 11 : Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 12 : Uji Validitas Angket/ Kuisisioner
- Lampiran 13 : Uji Realibilitas Angket/ Kuisisioner
- Lampiran 14 : Hasil Regresi Linier Berganda
- Lampiran 15 : Surat Rekomendasi sidang Skripsi
- Lampiran 16 : Lembar Revisi Skripsi
- Lampiran 17 : Tanda Persetujuan Revisi Skripsi