

Septian Indra Giri, Erry Sukriah, dan Lia Afriza: Pengaruh strategi penetapan harga terhadap keputusan berkunjung di Kawasan Wisata Kampung Batu Malakasari Baleendah Kabupaten Bandung

**PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KAWASAN WISATA KAMPUNG BATU MALAKASARI BALEENDAH KABUPATEN BANDUNG**

***PRICING STRATEGY IMPACT TOWARDS VISIT DECISION IN TOURISM DISTRICT KAMPUNG BATU MALAKASARI BALEENDAH BANDUNG REGENCY***

**Septian Indra Giri, Erry Sukriah\*), dan Lia Afriza**  
Program Studi Manajemen Resort & Leisure  
Email: *erry\_s05@yahoo.com*

**ABSTRAK**

Penelitian ini mencoba untuk menganalisis tingkat menarik dari strategi harga yang diterapkan oleh wisatawan dan bagaimana keputusan dalam wisatawan turis yang mengunjungi Kampung Batu Malakasari. Selain itu, penelitian ini juga berusaha mempengaruhi keputusan strategi harga kunjungan wisatawan. Strategi dalam penetapan harga menjadi semakin penting sebagai konsumen pada umumnya saat ini cenderung mencari nilai ketika membeli barang atau jasa. Ini berlaku juga untuk konsumen dari jasa pariwisata atau disebut wisatawan. Strategi harga yang baik akan positif terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Fenomena yang mencoba untuk dibuktikan oleh para peneliti di kawasan wisata Kabupaten Kampung Batu Malakasari Baleendah Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Desain penelitian ini sendiri adalah deskriptif dan kausal. Desain deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran tentang variabel yang akan diteliti. Sedangkan desain berguna untuk mengukur hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian. Kuesioner digunakan untuk mencari data primer pada Pricing Strategi variabel (X), dan Visit Keputusan (Y). Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan teknik analisis data regresi, untuk mendapatkan jumlah pengaruh variabel X ke Y.

Menurut penelitian, diketahui bahwa variabel X berpengaruh positif pada variabel Y. Dengan kata lain, semakin baik Strategi Penetapan Harga diadopsi di Kampung Batu Malakasari maka keputusan kunjungan wisatawan ke Kampung Batu Malaksari akan naik.

*Kata kunci: harga, strategi penetapan harga, keputusan berkunjung*

**ABSTRACT**

*This study attempts to analyze the interesting level of pricing strategy adopted by tourists and how decisions in the tourist travelers visiting Kampung Batu Malakasari. In addition, this study also sought to influence the pricing strategy decisions visiting tourists. Strategies in pricing is becoming increasingly important as consumers in general at this time tend to seek value when purchasing goods or services. It applies also to consumers of tourism services or so-called tourists. Pricing strategy that will either positively to the decision of visiting tourists. The phenomenon that is to try to be proven by researchers in the tourist area of Kampung Batu Malakasari Baleendah Bandung regency.*

*This study used quantitative research methods. The design of this study itself is descriptive and causal. Descriptive design is used to obtain an overview of the variables that will be examined. While the design is useful to measure the causal relationships between the variables of the study. A questionnaire was used to search for primary data on Pricing Strategy variable (X), and Visit Decision (Y). The collected data are then processed using*

*regression data analysis techniques, in order to obtain the amount of the effect of variable X to Y.*

*According to research, it is known that the variable X a positive effect on the variable Y. In other words, the better the Pricing Strategy adopted in Kampung Batu Malakasari then the visit decision of tourists to Kampung Batu Malaksari will rise.*

*Keywords: price, pricing strategy, visit decision*

## PENDAHULUAN

Bandung yang merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat sudah terkenal luas sebagai kota wisata di Indonesia. Hampir segala jenis wisata yang telah disebut sebelumnya tersedia di Bandung. Bisa dibilang hanya wisata bahari saja yang tidak ada di Bandung, dan itupun cukup beralasan mengingat Bandung tidak memiliki pantai karena letaknya sendiri yang berada di daerah dataran tinggi. Tetapi hal tersebut bukanlah masalah bagi kebanyakan wisatawan yang hendak datang ke Bandung. Ini disebabkan karena mereka memang berkunjung untuk melakukan wisata belanja ke Bandung memang yang telah dikenal sebagai gudangnya barang-barang berkualitas.

Selain itu, Bandung juga memiliki objek wisata lain yang juga banyak diminati wisatawan yang berasal dari Kota

Bandung itu sendiri atau dari luar Bandung. Objek wisata tersebut bertebaran di luar kota Bandung, seperti yang berada di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Salah satunya dari objek wisata tersebut adalah Kampung Batu Malakasari.

Kampung Batu Malakasari adalah sebuah objek wisata terletak di Kabupaten Bandung, tepatnya di Jalan Raya Banjaran, Desa Malakasari, Kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung. Kampung Batu Malakasari sendiri menyebut mereka sebagai objek wisata alam edukasi dan *outbond*. Disebut demikian karena produk wisata yang mereka kemas terdiri dari beberapa paket, namun “jualan” utamanya ialah paket wisata alam edukasi dan paket wisata *outbond*.

Tabel 1. Produk Paket Wisata Kampung Batu Malakasari

No.	Produk Paket Wisata	Rincian Kegiatan
1	Paket Wisata Alam Edukasi	Studi Pertanian Studi Peternakan Studi Geologi Studi Lingkungan
2	Paket Wisata <i>Outbond</i>	Jelajah Gunung Batu Jelajah Danau Panjat Dinding Flying Fox

*Sumber : Kampung Batu Malakasari*

Kegiatan yang telah disebutkan di atas dikemas bagi pengunjung Kampung Batu Malakasari yang bersifat *student tour* maupun *group*. Melihat dari paket-paket wisata yang ditawarkan tersebut, perusahaan lebih *concern* kepada segmen pasar para pelajar dibanding grup dan

umum. Segmen pasar yang menjadi fokus perusahaan seperti para pelajar terutama tingkat Taman Kanak-kanak sampai tingkat menengah memang paling realistis karena pada dasarnya pelajar dengan usia seperti mereka masih banyak membutuhkan pengetahuan khususnya

seperti wisata alam edukasi yang ditawarkan oleh Kampung Batu Malakasari. Guna membidik segmen pasar seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, maka diperlukan strategi pemasaran yang jitu agar segmen tersebut dapat diraih. Pemilihan strategi pemasaran yang jitu secara otomatis akan menghasilkan timbal balik yang positif dalam meraih konsumen.

Salah satu strategi pemasaran adalah strategi penetapan harga. Pengertian dari harga itu sendiri ialah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Dharmesta & Irawan, 2005:241). Keputusan penetapan harga semakin penting karena konsumen pada umumnya saat ini cenderung mencari nilai (*value*) ketika membeli barang atau jasa. Tak terkecuali konsumen penikmat jasa wisata. Ada beberapa strategi dalam penetapan harga itu sendiri, diantaranya adalah strategi penetapan harga produk baru, strategi penetapan harga bauran produk, dan strategi penyesuaian harga. Strategi penetapan harga tersebut tentunya disesuaikan dengan tujuan perusahaan itu sendiri dalam meraih target pasar.

Harga merupakan salah satu dari sarana bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran. Menentukan harga jual suatu produk tidak semata-mata dilakukan tanpa perhitungan karena tujuan utama dalam berbisnis ialah memperoleh keuntungan, mematok harga rendahpun akan terasa percuma apabila terus merugi. Seperti telah disinggung sebelumnya diperlukan taktik yang tepat dalam menentukan harga agar misi memberikan harga relatif murah dapat sejalan dengan tujuan utama yaitu keuntungan dari segi *financial*.

Seperti yang sudah disinggung sebelumnya segmen pasar para pelajar yang notabene mayoritas dari mereka masih dalam kategori usia anak-anak relatif memiliki daya beli terbatas. Walaupun demikian sebagaimana manusia pada umumnya merekapun memiliki kebutuhan akan wisata. Oleh karena itu, Kampung Batu Makakasari mencoba untuk memenuhi kebutuhan akan wisata, khususnya wisata alam edukasi dan *outbond* dengan harga yang relatif terjangkau. Dalam tabel 2 ini disajikan data berupa harga paket wisata yang ditawarkan oleh perusahaan.

Tabel 2. Daftar Harga Paket Wisata Alam Edukasi dan Outbond

No.	Tingkatan Pelajar	Harga Tiket/siswa
1	PAUD, RA, TK	Rp 75.000
2	SD	RP 80.000
3	SMP	Rp 85.000
4	SMA	Rp 100.000

Sumber : Kampung Batu Malakasari

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa harga paket wisata yang ditawarkan Kampung Batu Malakasari, harga terendah adalah harga yang diberikan kepada tingkatan pelajar PAUD, RA, dan TK, atau yang rata-rata memiliki rentang usia dibawah 6 tahun dengan harga Rp 75.000. Kemudian untuk pelajar tingkat SD dan SMP harga jual yang dipatok masing-masing naik Rp 5.000 menjadi Rp 80.000

untuk pelajar SD dan Rp 85.000 untuk SMP. Lain halnya dengan pelajar tingkat SMA, perusahaan membandrol harga Rp 100.000 untuk setiap paket wisata yang diperuntukan bagi pelajar dengan tingkatan tersebut.

Selain menawarkan paket-paket wisata seperti yang sudah disebutkan di atas, guna menyasar segmen umum Kampung Batu Malakasari juga memberikan harga tiket

satuan. Segmen umum ini biasanya hanya sekedar berkunjung untuk menikmati indahnya pemandangan danau yang dikelilingi oleh bebatuan alam. Harga masuk untuk pengunjung yang datang

dengan membeli tiket masuk tanpa membeli produk paket wisata yang ditawarkan adalah Rp 10.000 untuk dewasa dan Rp 5.000 untuk anak-anak.

Tabel 3. Jumlah Kunjungan ke Kampung Batu Malakasari

Kategori Pengunjung	Total Kunjungan	
	2010	2011
Umum	1.709	45.034
Bookingan	7.396	18.080
Pelajar	2.564	7.960

Sumber : Kampung Batu Malakasari

Dengan harga tiket masuk saja pengunjung tersebut hanya dapat sekedar berdiam diri di saung yang tersedia ataupun berkeliling memandangi keindahan barisan batuan alam yang dahulunya dijadikan komoditas bagi para penambang batu. Sejatinya harga tersebut relatif mahal bagi sebagian pengunjung karena pada dasarnya mereka membayar sejumlah uang hanya untuk mendapatkan timbal balik yang alakadarnya. Meskipun begitu, pengunjung kategori umum adalah pengunjung yang mendominasi jumlah kunjungan. Hal ini didukung oleh data yang didapat dari manajemen Kampung Batu Malakasari.

Dari Tabel 3 di atas menunjukkan jumlah kunjungan pada tahun 2010 masih relatif jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan tahun 2011. Hal ini banyak disebabkan karena waktu awal dibukanya Kampung Batu Malakasari adalah pada pertengahan tahun 2010. Sehingga data kunjungan pada tahun 2010 sebenarnya adalah data jumlah kunjungan dalam kurun waktu sekitar satu semester. Namun yang menarik adalah pada tahun 2011 jumlah pengunjung umum meningkat secara signifikan. Jumlah pengunjung umum tahun tersebut bahkan jauh diatas pengunjung kategori *bookingan* maupun pelajar. Maka dapat disimpulkan bahwa bagi para pengunjung umum tersebut harga tiket masuk yang relatif mahal sebenarnya tidak menjadi masalah.

Selain itu pengunjung yang datang dengan cara *bookingan* dan pelajarpun mengalami peningkatan. Pada tahun 2010 pengunjung *bookingan* hanya berjumlah 7.396 orang. Sementara pada tahun 2011 jumlah pengunjung menjadi 18.080 orang. Kenaikan jumlah pengunjung tersebut adalah sebanyak 10.684 orang. Kemudian jumlah kunjungan untuk kategori pelajar pada tahun 2010 adalah sebanyak 2.564 orang. Pada tahun berikutnya jumlah kunjungan tersebut mengalami kenaikan sebanyak 5.396 orang, sehingga total kunjungan pelajar pada tahun 2011 berjumlah sebanyak 7.960 orang.

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai (1) Menganalisis strategi penetapan harga di daerah tujuan wisata Kampung Batu Malakasari menurut persepsi wisatawan, (2) Menganalisis keputusan berkunjung wisatawan ke Kampung Batu Malakasari, dan (3) Menganalisis pengaruh strategi penetapan harga terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Batu Malakasari.

## METODE

Berdasarkan teori-teori di atas maka penelitian yang dilakukan menggunakan desain deskriptif dan desain kausal. Desain penelitian deskriptif digunakan agar peneliti memperoleh gambaran atau informasi mengenai variabel yang akan diteliti. Metode Deskriptif bertujuan untuk

membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Nazir, 2009:54). Sementara itu desain penelitian kausal digunakan peneliti agar dapat menemukan pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti.

Jumlah dari populasi yang digunakan untuk penentuan ukuran sampel adalah sebanyak 71.074 orang. Sementara tingkat kelonggarannya adalah sebesar 10% (0,1) dan tingkat keakuratannya sebesar 90% (0,9). Maka perhitungan jumlah dari sampel berdasarkan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{71.074}{1 + (71.074)(0,1)^2}$$

$$n = 99,879 \approx 100$$

### Uji Validitas

Menurut Arikunto (2009:145) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen. Dalam suatu instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2011:173).

Adapun formula yang digunakan untuk perhitungan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus product moment dari Karl Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi uji validitas
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- N = Banyaknya responden

### Uji Reliabilitas

Selain harus valid, instrumen yang digunakan juga harus reliable yaitu memiliki ketetapan. Artinya hasil dari instrumen yang reliabel akan konsisten apabila diuji kepada kelompok yang sama meskipun dalam waktu yang berbeda.

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2011:184)

Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas menggunakan rumus Cronbach Alpha, yaitu:

$$Ca = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

(Arikunto, 2009:109)

Keterangan :

- Ca : Cronbach Alpha (reabilitas instrumen)
- k : Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varians butir
- $\sigma_t^2$  : Varians total

### PEMBAHASAN

#### Tanggapan Responden Mengenai Strategi Penetapan Harga (X)

Tabel di bawah menggambarkan rekapitulasi tanggapan responden mengenai Strategi Penetapan Harga. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Strategi Penetapan Harga adalah 3088.

Tabel 4 Tanggapan Responden Mengenai Strategi Penetapan Harga

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Harga produk <i>Tektona Waterpark</i> yang ditawarkan sudah menarik	6	45	36	11	2	100	342	500
		6.0	45.0	36.0	11.0	2.0	100.0	68.4	
2	Harga produk <i>Tektona Waterpark</i> yang ditawarkan sudah sesuai dengan fasilitas yang didapat	0	30	49	18	3	100	306	500
		0.0	30.0	49.0	18.0	3.0	100.0	61.2	
3	Harga produk/paket wisata yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas yang didapat	2	64	26	8	0	100	360	500
		2.0	64.0	26.0	8.0	0.0	100.0	72.0	
4	Harga satuan produk dengan sudah sesuai dengan fasilitas yang diberikan	1	52	41	6	0	100	348	500
		1.0	52.0	41.0	6.0	0.0	100.0	69.6	
5	Harga produk selain paket yang ditawarkan sudah menarik	1	57	36	6	0	100	353	500
		1.0	57.0	36.0	6.0	0.0	100.0	70.6	
6	Harga promosi produk <i>Tektona Waterpark</i> yang ditawarkan sudah menarik	12	50	25	12	1	100	360	500
		12.0	50.0	25.0	12.0	1.0	100.0	72.0	
7	Harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan citra objek wisata	2	70	23	5	0	100	369	500
		2.0	70.0	23.0	5.0	0.0	100.0	73.8	
8	Harga paket wisata yang ditawarkan sudah sesuai bagi anak sekolah	5	52	25	17	1	100	343	500
		5.0	52.0	25.0	17.0	1.0	100.0	68.6	
9	Harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kemudahan mengakses lokasi	7	21	47	22	3	100	307	500
		7.0	21.0	47.0	22.0	3.0	100.0	61.4	
Jumlah Skor Total								3088	
Persentase Skor								68.6%	

Sumber: Olahan Peneliti

Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:  
 Nilai Indeks Max = 5 x 9 x 100 = 4500  
 Nilai Indeks Min = 1 x 9 x 100 = 900  
 Jarak Interval = [nilai max - nilai min] : 5

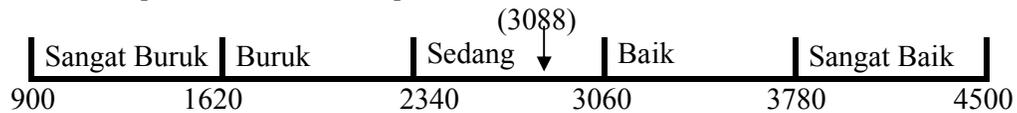
$$= (4500 - 900) : 5$$

$$= 720$$

$$\text{Persentase Skor} = [\text{total skor}/\text{nilai max}] \times 100\%$$

$$= (3088 : 4500) \times 100\%$$

$$= 68.6\%$$



Gambar 1. Garis Kontinum Strategi Penetapan Harga

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 1 sampai dengan 9 adalah 4500. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3088 atau 68.6% dari skor ideal yaitu 4500. Setelah dimasukkan ke dalam garis

kontinum, nilai yang diperoleh tersebut berada pada kategori baik. Dengan demikian Strategi Penetapan Harga berada pada kategori baik. Artinya Strategi Penetapan Harga yang diterapkan di kampung Batu Malakasari menarik menurut persepsi wisatawan.

**Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung (Y)**

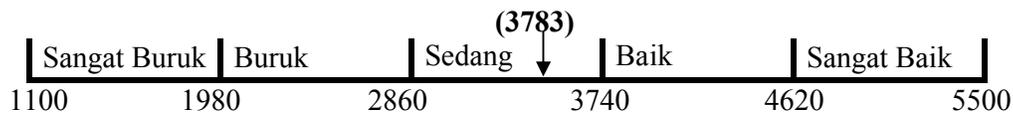
Tabel 5. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Berkunjung

No	Pernyataan	5	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal
1	Pelayanan yang diberikan sudah baik	11	70	16	3	0	100	389	500
		11.0	70.0	16.0	3.0	0.0	100.0	77.8	
2	Fasilitas yang ditawarkan beragam	3	52	37	6	2	100	348	500
		3.0	52.0	37.0	6.0	2.0	100.0	69.6	
3	Suasana di dalam Kampung Batu Malakasari dirasa nyaman	8	81	6	3	2	100	390	500
		8.0	81.0	6.0	3.0	2.0	100.0	78.0	
4	Citra Kampung Batu Malakasari baik dimata anda	3	79	14	0	4	100	377	500
		3.0	79.0	14.0	0.0	4.0	100.0	75.4	
5	Anda merasakan pengalaman yang baik di Kampung Batu Malakasari	11	72	11	6	0	100	388	500
		11.0	72.0	11.0	6.0	0.0	100.0	77.6	
6	Kampung Batu Malaksari berada pada lokasi yang strategis	3	22	47	26	2	100	298	500
		3.0	22.0	47.0	26.0	2.0	100.0	59.6	
7	Kampung Batu Malakasari mudah diakses	5	30	34	29	2	100	307	500
		5.0	30.0	34.0	29.0	2.0	100.0	61.4	
8	Anda melakukan kunjungan saat weekday	7	18	23	42	10	100	270	500
		7.0	18.0	23.0	42.0	10.0	100.0	54.0	
9	Anda melakukan kunjungan saat weekend	12	77	4	4	3	100	391	500
		12.0	77.0	4.0	4.0	3.0	100.0	78.2	
10	Anda berkunjung pada saat ada waktu luang	3	49	36	10	2	100	341	500
		3.0	49.0	36.0	10.0	2.0	100.0	68.2	
11	Anda sering berkunjung ke Kampung Batu Malakasari	10	15	30	39	6	100	284	500
		10.0	15.0	30.0	39.0	6.0	100.0	56.8	
Jumlah Skor Total								3783	
Persentase Skor								68.8%	

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai Keputusan Berkunjung. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk Keputusan Berkunjung adalah 3783. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Indeks Max} &= 5 \times 11 \times 100 = 5500 \\ \text{Nilai Indeks Min} &= 1 \times 11 \times 100 = 1100 \\ \text{Jarak Interval} &= [\text{nilai max} - \text{nilai min}] : 5 \\ &= (5500 - 1100) : 5 \\ &= 880 \\ \text{Persentase Skor} &= [\text{total skor} : \text{nilai max}] \times 100\% \\ &= (3783 : 5500) \times 100\% \\ &= 68.8\% \end{aligned}$$



Gambar 2. Garis Kontinum Keputusan Berkunjung

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap pertanyaan nomor 1 sampai dengan 11 adalah 5500. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3783 atau 68.8% dari skor ideal yaitu 5500.

Dengan demikian Keputusan Berkunjung berada pada kategori baik.

**Pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Berkunjung**

Untuk mengetahui pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan

Berkunjung, maka penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana : Y = Keputusan Berkunjung  
 X = Strategi Penetapan Harga  
 a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan bantuan *software SPSS 13* diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 6 Analisis Regresi Linear Sederhana

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.095	2.921		5.168	.000
	Strategi Penetapan Harga	.700	.099	.582	7.090	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Dari output *software SPSS 13* di atas diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = 15.095 + 0.700 X$$

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika Strategi Penetapan Harga (X) bernilai nol atau Keputusan Berkunjung (Y) tidak dipengaruhi oleh Strategi Penetapan Harga, maka rata-rata Keputusan Berkunjung bernilai 15.095. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel Strategi Penetapan Harga (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0.700. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, yang artinya Strategi Penetapan Harga (X) memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Berkunjung (Y) dengan kata lain semakin menarik Strategi Penetapan Harga yang diterapkan di Kampung Batu Malakasari, maka semakin meningkat Keputusan Berkunjung wisatawan ke Kampung Batu Malakasari.

**Uji Hipotesis**

Seperti yang sudah disebutkan pada bab sebelumnya bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$  korelasi tidak berarti, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi Penetapan Harga (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

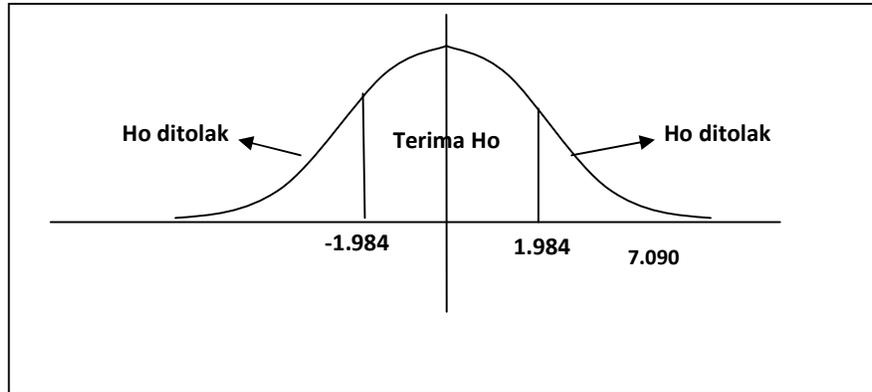
$H_1 : \beta \neq 0$  korelasi berarti, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi Penetapan Harga (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas menggunakan yaitu menggunakan uji t student:

$$t_{hit} = \frac{b}{Se(b)} = \frac{0.700}{0.099} = 7.090$$

Dengan  $\alpha = 5\%$  dan  $dk = 100-2 = 98$  maka diperoleh nilai t tabel sebesar  $\pm 1.984$ . Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima  $H_0$  jika  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$
2. Tolak  $H_0$  jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$



Gambar 3. Kurva Uji T

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 7.090. Karena nilai t hitung ( $7.090 > t$  tabel (1.984), maka  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Berkunjung.

### Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara Strategi Penetapan Harga dengan Keputusan Berkunjung, digunakan analisis korelasi pearson.

Berikut ini adalah hasil pengolahan *software SPSS 13* untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara Strategi Penetapan Harga dengan Keputusan Berkunjung.

Tabel 7. Analisis Korelasi Pearson

		Keputusan Berkunjung	Strategi Penetapan Harga
Pearson Correlation	Keputusan Berkunjung	1.000	.582
	Strategi Penetapan Harga	.582	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Berkunjung	.	.000
	Strategi Penetapan Harga	.000	.
N	Keputusan Berkunjung	100	100
	Strategi Penetapan Harga	100	100

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0.582, yang berarti terdapat hubungan yang sedang antara Strategi Penetapan Harga dengan Keputusan Berkunjung.

### Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Berkunjung, ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.582 <sup>a</sup>	.339	.332	4.80661

a. Predictors: (Constant), Strategi Penetapan Harga

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0.582)^2 \times 100\% \\
 &= 33.9\%
 \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 33.9%. Hal ini menunjukkan bahwa Strategi Penetapan Harga memberikan pengaruh sebesar

33.9% terhadap Keputusan Berkunjung, sedangkan sisanya sebesar 66.1% Keputusan Berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai pengaruh Strategi Penetapan Harga terhadap Keputusan Berkunjung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi penetapan harga yang terdiri dari strategi penetapan harga produk baru, strategi penetapan harga bauran produk, dan strategi penyesuaian harga mendapatkan skor 3088 dengan persentase sebesar 68,6% dari total skor maksimum yang bisa diperoleh. Jika skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, maka strategi penetapan harga di Kampung Batu Malakasari menurut persepsi wisatawan berada pada kategori baik atau dengan kata lain strategi penetapan harga yang diterapkan di Kampung Batu Malakasari menarik menurut persepsi wisatawan.
2. Keputusan berkunjung yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, pemilihan waktu berkunjung, dan jumlah saluran pembelian mendapatkan skor 3783 dengan persentase sebesar 68,8% dari total skor maksimum yang bisa diperoleh. Jika skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, maka keputusan berkunjung wisatawan ke Kampung Batu Malakasari berada pada kategori baik.
3. Pengaruh strategi penetapan harga terhadap keputusan berkunjung dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang dan pengaruh yang signifikan antara strategi penetapan harga terhadap keputusan

berkunjung. Koefisien regresi menunjukkan angka 0.700. Artinya ialah jika Strategi Penetapan Harga (X) naik sebesar satu satuan, maka Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0.700. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik atau menarik strategi penetapan harga, maka semakin meningkat keputusan berkunjung.

Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 33.9% keputusan berkunjung dapat dipengaruhi oleh strategi penetapan harga. Sedangkan sisanya sebesar 66.1% keputusan berkunjung dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis. Artinya pengaruh strategi penetapan harga terhadap keputusan berkunjung rendah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2009). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariestonandri, Prima. (2006). *Marketing Research for Beginnner*. Yogyakarta: Andi.
- Dharmesta, dan Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Fathoni, Abdurrahmat. (2005). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hermawan, Asep. (2006). *Penelitian Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management Millenium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.

Septian Indra Giri, Erry Sukriah, dan Lia Afriza: Pengaruh strategi penetapan harga terhadap keputusan berkunjung di Kawasan Wisata Kampung Batu Malakasari Baleendah Kabupaten Bandung

- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kusmayadi. (2004). *Statistika Pariwisata Deskriptif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Machfoed, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. (2009). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sastradipoera, Komarudin. (2003). *Menejemen Marketing*. Bandung: Kappa-Sigma.
- Swastha, Bayu (1999). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Sudjana. (2007). *Metode Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan, Edisi 12*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandi, Gregorius Chandra, dan Dedi Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Hussein. (1999). *Metode Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Hussein. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Hussein. (2008). *Desain Penelitian Karyawan MSDM Dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Umar, Hussein. (2008). *Strategic Manajemen in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yoeti, Oka A. (2002). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradya Paramitha.
- Wirartha, I Made. (2006). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.