

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA OBJEK WISATA RUMAH GADANG MANDE RUBIAH PESISIR SELATAN

Monalisa¹⁾, Rose Rahmidani²⁾

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

¹⁾monacosta96@gmail.com, ²⁾rose_rahmidani@fe.unp.ac.id

Abstrak : *the purpose of this research is to know the influence of product, promotion, place, physical evidence, employee, process, productivity and quality to decision of tourist visiting at Rumah Gadang Mande Rubiah tourist object. This type of research is causative. The population in this study is all tourists who visit the tourism object that is Pesisir Selatan. The number of research samples was determined based on Cochran formula of 100 people and was chosen by using accidental sampling technique. The data that are used are the primary obtained through the distribution of questionnaires to selected tourists. The analytical method used is descriptive and quantitative analysis through path analysis. The results of this study indicate objek: 1) The product has significant influence on the tourist visiting decision on Rumah Gadang Mande Rubiah tourism object, 2) Promotion has significant influence on the tourist visiting decision on Rumah Gadang Mande Rubiah tourism object, 3) Place has significant influence the tourist visiting decision at Rumah Gadang Mande Rubiah tourism object, 4) physical evidence Place has no significant effect on the tourist visiting decision at Rumah Gadang Mande Rubiah tourist object, 5) Employees has significant influence on the tourist visiting decision on Rumah Gadang Mande Rubiah tourism object, 6) Process has no significant effect on the tourist visiting decision at Rumah Gadang Mande Rubiah tourist object, 7) Productivity and quality significantly influence the decision of tourists visiting the Rumah Gadang Mande Rubiah tourist object.*

Keywords: *Visiting Devisiting, Product, Promotion, Place, Physical Evidence, Employee, Process, Productivity and Quality.*

PENDAHULUAN

Sumatera Barat merupakan daerah yang memiliki banyak objek wisata dan menjadi wilayah destinasi pariwisata Indonesia. Sumatera Barat memiliki kekayaan, keindahan alam dan budaya yang sangat bisa untuk dikembangkan sebagai kawasan objek wisata, seperti wisata bahari, wisata alam maupun *eco tourism*. Sekarang dan ke depan Sumatera Barat semestinya tidak hanya menyuguhkan objek wisata yang adadi Batusangkar, Padang, Padang Panjang, Bukittinggi, atau Sawahlunto kepada wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Masih banyak daerah di Sumatera Barat yang bisa dijadikan sebagai objek wisata yang memiliki keindahan dan nilai "plus" untuk dikunjungi wisatawan. Seperti halnya di Kabupaten Pesisir Selatan, memiliki banyak objek wisata seperti tempat wisata sejarah yang belum mendapat perhatian penuh dikalangan masyarakat dan belum banyak kaji tentang mengenai wisata sejarah tersebut.

Salah satu objek wisata Pesisir Selatan adalah Rumah Gadang Mande Rubiah. Rumah Gadang Mande Rubiah terletak di kampung Lubuk Sitepung di Nagari Lunang, dengan areal kompleks seluas ± 3 Ha ditepi sungai Batang Lunang, dengan jarak ± 157 Km dari Kota Painan, dan ± 6,5 jam dari kota Padang. Objek Wisata Rumah Gadang Mande Rubiah diperkirakan sudah ada sejak abad ke-14.

Rumah Gadang Mande Rubiah adalah wisata bersejarah di Pesisir Selatan. Rumah Gadang Mande Rubiah menjadi wisata yang memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan dengan objek wisata lainnya. Objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah ini memberikan kemudahan kepada wisatawan yang berasal dari berbagai daerah dengan tidak membebankan harga tiket masuk kepada wisatawan dan bebas biaya parkir yang akan memberikan kepuasan bagi wisatawan tanpa memikirkan biaya tiket dan biaya parkir menuju ke objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. Hal ini akan menjadi pertimbangan bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan pada Rumah Gadang Mande Rubiah. Menurut Tjiptono (2008:19), "pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang mendahului tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, menentukan produk, dan jasa yang digunakan".

Pariwisata dapat dikatakan berhasil jika telah menetapkan bauran pemasaran yang tepat agar wisatawan tertarik untuk melakukan kunjungan. Alasan wisatawan melakukan kunjungan pada Rumah Gadang Mande Rubiah ini merupakan hal yang sangat penting dalam penerapan bauran pemasaran jasa wisata. Apabila penerapan bauran pemasaran jasa sudah sesuai dengan harapan wisatawan, maka akan menjadikan Rumah Gadang Mande Rubiah ini berbeda, unggul dan unik dibandingkan dengan objek wisata lain yang sejenis. Menurut Wardi (2016-94), bauran pemasaran jasa adalah proses kombinasi unsur-unsur bauran pemasaran jasa yang mencakup 8-P yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, bukti fisik dan produktivitas dan kualitas yang satu sama lain saling menentukan kinerja pemasaran jasa.

Rumah Gadang Mande Rubiah merupakan wisata bersejarah dengan berbagai kelebihan dan keunikan yang menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung. Salah satu kelebihan dan keunikannya adalah salah satu dari tiang Rumah Gadang Mande Rubiah bisa mengeluarkan air yang dianggap bisa menyembuhkan penyakit dan koleksi peninggalan bersejarah yang terjaga keasliannya tanpa ada perubahan dari bentuk aslinya. Terlepas dari kelebihan dan keunikan yang ditawarkan oleh wisata Rumah Gadang Mande Rubiah ini juga ada beberapa kekurangan seperti area parkir yang belum memadai, hal ini terlihat pada saat hari lebaran kendaraan wisatawan yang mengunjungi Rumah Gadang Mande Rubiah menggunakan badan jalan sehingga mengganggu kelancaran pengguna jalan lainnya, kurangnya sarana dan prasarana yang belum memadai seperti WC umum yang masih kurang. Sedangkan promosi dan publikasi yang dilakukan oleh Dinas pariwisata untuk kemajuan dan mengenalkan objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah secara khusus baik kepada wisatawan dalam negeri maupun luar negeri masih kurang, sehingga banyak masyarakat luar yang belum tahu dengan objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah. Meskipun terdapat kekurangan dan kelebihan yang dimiliki objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah menjadi destinasi wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan pada hari lebaran, akhir pekan dan hari besar Islam.

Bauran pemasaran jasa belum sepenuhnya diterapkan oleh pihak Rumah Gadang Mande Rubiah untuk meningkatkan nilai jasa yang ditawarkan pada wisatawan. Bauran pemasaran jasa sangat penting untuk proses pengambilan keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan karena bauran pemasaran jasa adalah faktor yang sangat penting dalam meningkatkan keputusan wisatawan untuk mengunjungi wisata Rumah Gadang Mande Rubiah. Hal-hal yang dapat meningkatkan objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah yaitu: 1) Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan yang memberikan manfaat bagi wisatawan yang melakukan kunjungan pada Rumah Gadang Mande Rubiah seperti keberagaman produk/koleksi bersejarah, kualitas produk dan jaminan koleksi. Menurut McCarthy dalam Gordon (2011), produk adalah objek nyata atau layanan tidak berwujud yang dihasilkan atau diproduksi dan ditawarkan kepada konsumen di pasar. Hubungan antara produk terhadap keputusan berkunjung adalah dalam bentuk penawaran jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan wisatawan. 2) Promosi yang dilakukan oleh pihak Rumah Gadang Mande Rubiah melalui televisi, koran, majalah, internet dan promosi sangat penting bagi pengelola objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah agar dapat menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan, memberi informasi kepada wisatawan tentang Rumah Gadang Mande Rubiah dan mengajak orang untuk mengunjungi objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah. Promosi mewakili komunikasi yang menggunakan pemasar di pasar termasuk iklan, *public relations*, *personal selling* dan promosi penjualan (Gusrita, D & Rahmidani, R., 2019). 3) Lokasi sangat penting karena merupakan dimana perusahaan atau tempat itu bermarkas. Menurut S. Yue tempat adalah dimana pelanggan menerima produk dan layanan. Lokasi Rumah Gadang Mande Rubiah ini terletak di jalan lintas Bengkulu, dapat dilihat dengan jelas dan dapat ditembus dengan berbagai alat transportasi. 4) Bukti fisik pada objek wisata dapat menciptakan suasana dengan memperhatikan semua fasilitas yang ada agar memberikan kenyamanan pada wisatawan yang mengunjungi Rumah Gadang Mande Rubiah. Pengelola Rumah Gadang Mande Rubiah memberikan pelayanan yang ramah, berpakaian rapi dan sopan kepada wisatawan yang berkunjung pada tempat wisata ini. Menurut Yelkur (2000) dalam Sevil (2015) Organisasi yang beroperasi di industri jasa harus menekankan pada bukti fisik ketika mendirikan standar pelayanan, karena bukti nyata dan sikap pelanggan menentukan kualitas akhir dari pengalaman layanan. Selain itu, sebelum membeli layanan, pelanggan menilai layanan dengan petunjuk nyata yang mengelilinginya. Jadi bukti fisik dapat dijadikan pertimbangan bagi wisatawan untuk mengunjungi wisata Rumah Gadang Mande Rubiah. 6) Karyawan/orang adalah hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu perusahaan yang bergerak dibidang

pelayanan atau jasa, karena tanpa orang maka tidak akan dapat berjalan dengan baik suatu perusahaan atau objek wisata dan akan mengalami kesulitan dalam pengembangannya. Menurut Salman (2017),” Orang-orang elemen dari bauran pemasaran meliputi semua staf dari organisasi jasa yang berinteraksi dengan calon pelanggan / tamu.” Karyawan harus memperhatikan beberapa hal dalam menjalankan tugasnya yaitu keramahan, kecepatan, kesungguhan dan kemampuan komunikatif karyawan kepada wisatawan yang berkunjung pada wisata Rumah Gadang Mande Rubiah. 6) Proses adalah serangkaian kegiatan atau layanan yang sangat bergantung pada penyampaian jasa kepada wisatawan. Menurut Salman (2017), “proses berhubungan dengan semua proses yang ada dalam organisasi. Proses dari Rumah Gadang Mande Rubiah ini sangat mudah, baik tu dalam perolehan informasi maupun layanan yang diberikan oleh pihak Rumah Gadang Mande Rubiah kepada wisatawan. Dengan kemudahan yang diberikan oleh pihak Rumah Gadang Mande Rubiah ini akan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke wisata ini. 8) produktivitas dan kualitas adalah nilai tambah yang dilakukan oleh objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah untuk meningkatkan layanan yang akan diberikan kepada wisatawan. Kemudian untuk meningkatkan dan mewujudkan produktivitas dan kualitas yang bagus, maka pengelola wisata Rumah Gadang Mande Rubiah lebih memberikan pelayanan yang memuaskan kepada wisatawan, seperti mengubah waktu permintaan pelanggan, mendorongn penggunaan saluran layanan alternatif dan layanan mandiri, wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan kepada wisatawan yang berkunjung.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi objek wisata rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. Jumlah sampel 100 orang dengan menggunakan rumus *Chrocran*. Teknik pengambilan sampel didasarkan pada metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang dioleh melalui penyebaran kuesioner pada wisatawan dengan skala *likert*. Analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dan menggunakan uji normalitas, uji heretokedastisitas, dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sebelumnya sudah dilakukan analisis dan data diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas dan uji heterokedastisitas dan uji t.

1. Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,87684107
	Absolute	,075
Most Extreme Differences	Positive	,038
	Negative	-,075
Kolmogorov-Smirnov Z		,755
Asymp. Sig. (2-tailed)		,620

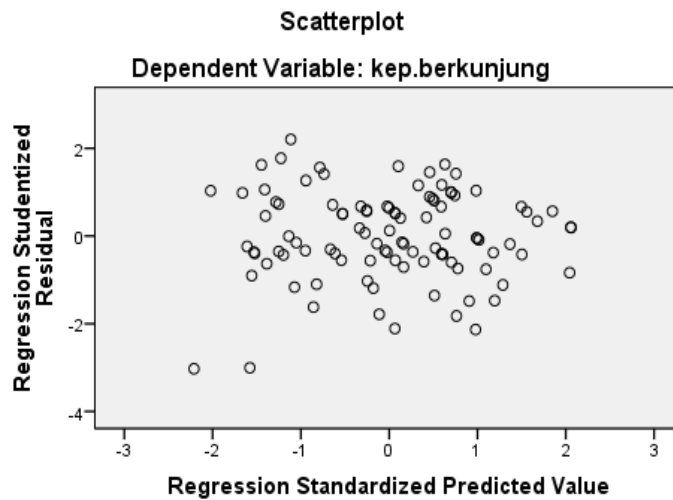
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data primer diolah, SPSS 21

Dari tabel diatas dapat diartikan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal. Dengan signifikan semua variabel yaitu $0,620 > 0,05$.

2. Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Uji heterokedastisitas

Berdasarkan gambar diatas, penyebaran residual tidak teratur. Hal tersebut dapat dilihat pada plot yang terpancar dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, bisa diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala homokedastisitas. Selanjutnya dapat dilakukan analisis jalur.

3. Analisis Jalur

Tabel 2. Koefisien Jalur

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3,373	2,682		-1,258	,212
	Produk	,245	,090	,142	2,722	,008
	Promosi	,662	,137	,389	4,832	,000
	Lokasi	,157	,071	,184	2,220	,029
	bukti fisik	-,091	,113	-,065	-,804	,423
	Karyawan	,295	,099	,215	2,992	,004
	Proses	-,056	,178	-,028	-,313	,755
	produktivitas dan kualitas	,246	,074	,295	3,303	,001

a. Dependent Variable: kep.berkunjung

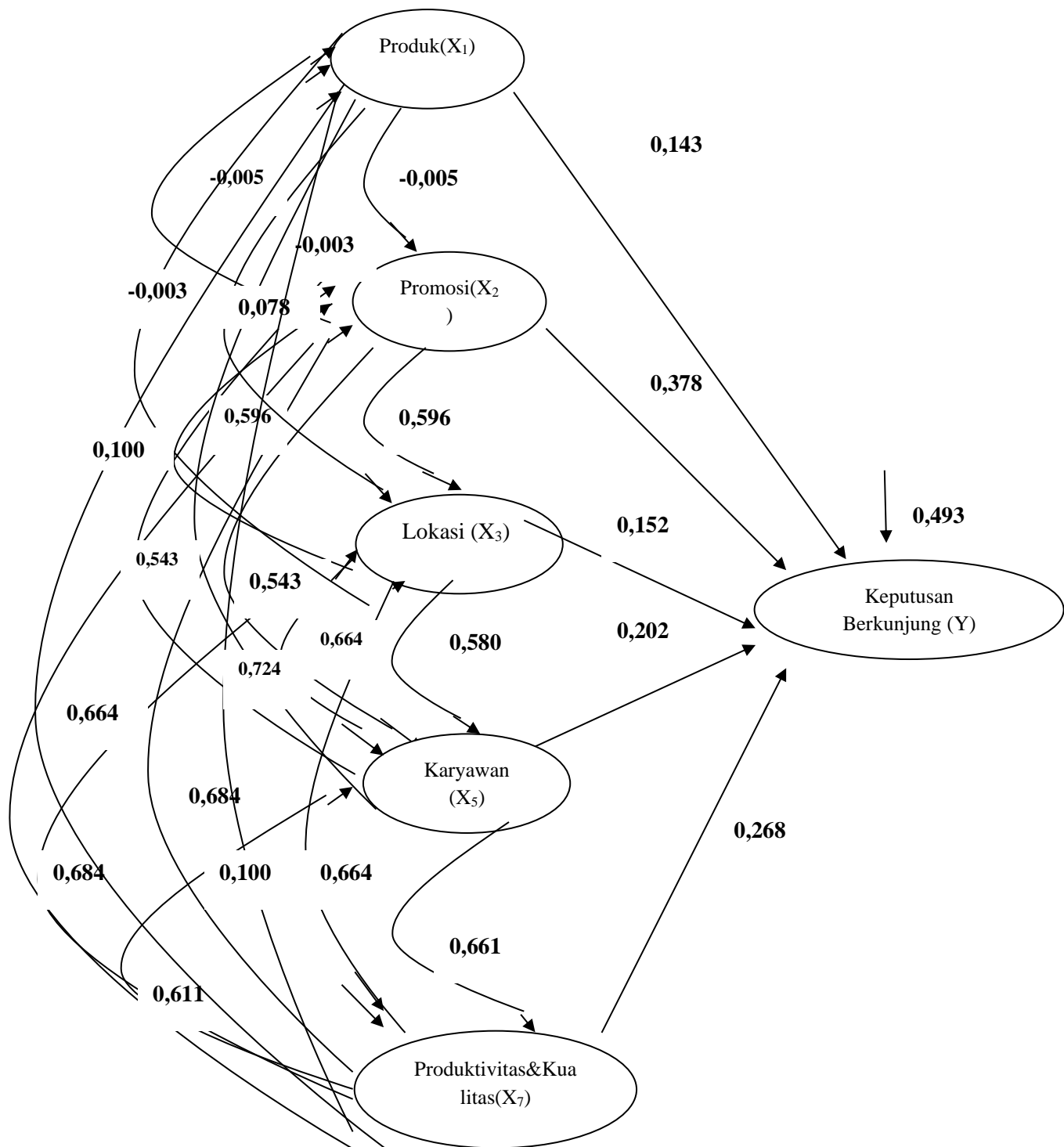
Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel produk (X1), promosi (X2), lokasi (X3), karyawan (X5) dan produktivitas dan kualitas (X7) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y). Sedangkan variabel bukti fisik (X4) dan proses (X6) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Y) hal ini dapat dilihat dari nilai sig >0,05. Kemudian perlu dilakukan proses *trimming* dengan mengeluarkan variabel yang tidak signifikan dari penelitian.

Tabel 3. Hasil Trimming

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3,933	2,581		-1,524	,131
	Produk	,246	,089	,143	2,761	,007
	Promosi	,642	,125	,378	5,140	,000
	Lokasi	,130	,062	,152	2,079	,040
	Karyawan	,277	,093	,202	2,966	,004
	produktivitas dan kualitas	,223	,068	,268	3,297	,001

a. Dependent Variable: kep.berkunjung

Dengan demikian dapat ditampilkan diagram analisis jalur untuk pengaruh variabel Produk (X₁), Promosi (X₂), Lokasi (X₃), Karyawan (X₅), dan Produktivitas dan Kualitas (X₇) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) sebagai berikut:



Gambar 2: Analisis Jalur

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Uji t. Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel terhadap variabel Y.

a. Hipotesis 1

Hipotesis pertama diuji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh produk (X_1) terhadap keputusan berkunjung (Y). Dari hasil penelitian pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel produk (X_1) adalah $2,722 > t$ tabel $1,986$ (sig $0,008 > 0,05$), maka H_0 ditolak. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai koefisien jalur antara variabel produk terhadap keputusan berkunjung sebesar $0,142$. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan.

b. Hipotesis 2

Hipotesis kedua diuji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh promosi (X_2) terhadap keputusan berkunjung (Y). Dari hasil penelitian pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel promosi (X_2) adalah $4,832 > t$ tabel $1,986$ (sig $0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai koefisien jalur antara variabel promosi terhadap keputusan berkunjung sebesar $0,389$. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan.

c. Hipotesis 3

Hipotesis keempat diuji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh tempat/lokasi (X_3) terhadap keputusan berkunjung (Y). Dari hasil penelitian pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel tempat (X_3) adalah $2,220 > t$ tabel $1,986$ (sig $0,029 > 0,05$), maka H_0 ditolak. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai koefisien jalur antara variabel tempat terhadap keputusan berkunjung sebesar $0,184$. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan.

d. Hipotesis 4

Hipotesis kelima diuji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh bukti fisik (X_4) terhadap keputusan berkunjung (Y). Dari hasil penelitian pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel bukti fisik (X_5) adalah $-0,804 < t$ tabel $1,986$ (sig $0,423 > 0,05$), maka H_0 diterima. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai koefisien jalur antara variabel bukti fisik terhadap keputusan berkunjung sebesar $-0,065$. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan.

e. Hipotesis 5

Hipotesis keenam diuji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh karyawan (X_5) terhadap keputusan berkunjung (Y). Dari hasil penelitian pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel karyawan (X) adalah $2,992 < t$ tabel $1,986$ (sig $0,004 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai koefisien jalur antara variabel karyawan terhadap keputusan berkunjung sebesar $0,215$. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan.

f. Hipotesis 6

Hipotesis ketujuh diuji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh proses (X_6) terhadap keputusan berkunjung (Y). Dari hasil penelitian pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel proses (X_6) adalah $-0,313 < t$ tabel $1,986$ (sig $0,755 > 0,05$) maka H_0 diterima. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai koefisien jalur antara variabel proses terhadap keputusan berkunjung sebesar $-0,028$. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

g. Hipotesis 7

Hipotesis kedelapan diuji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh produktivitas dan kualitas (X_7) terhadap keputusan berkunjung (Y). Dari hasil penelitian pada tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung untuk variabel produktivitas dan kualitas (X_7) adalah $3,303 > t$ tabel $1,986$ (sig

$0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Hasil analisis jalur menunjukkan nilai koefisien jalur antara variabel produktivitas dan kualitas terhadap keputusan berkunjung sebesar 0,295. Hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa produktivitas dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan.

Pembahasan

1. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis pertama ditemukan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan.. Tjiptono (2008:103) menyatakan bahwa unsur-unsur produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan pembelian. Produk merupakan variabel penting dalam sebuah bisnis. Produk yang ditawarkan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah ini adalah dalam bentuk koleksi peninggalan bersejarah atau barang antik yang memiliki keunikan tersendiri dan memiliki kualitas yang baik. Dimana koleksi yang ditawarkan tersebut sangat terjaga keasliannya dan tersusun dengan rapi berdasarkan jenis koleksi yang ada. Selain koleksi yang ditawarkan disana, biasanya wisatawan tidak hanya melihat koleksi yang ada tetapi juga untuk melihat atau berkunjung ke pemukiman yang dianggap keramat oleh penduduk sekitar.

Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Prima (2010) dan Permata (2018) yang menyatakan produk pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Apabila variabel produk ini ditingkatkan keberagaman, kualitas, dan jaminannya maka keputusan konsumen untuk lebih memanfaatkan produk yang ditawarkan oleh Rumah Gadang Mande Rubiah juga akan meningkat. Namun sebaliknya, jika kualitas dari produk yang ditawarkan menurun maka keputusan konsumen untuk memilih manfaat yang ditawarkan juga akan menurun.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ketiga, ditemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah. Artinya, promosi yang dilakukan oleh pihak Rumah Gadang Mande Rubiah sudah sangat baik, semakin bagus promosi yang dilakukan maka wisatawan akan tertarik untuk melakukan kunjungan dan akan meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Hal ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2008:219) promosi adalah salahsatu faktor keberhasilan suatu program pemasaran karena dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dalam memperkenalkan Rumah Gadang Mande Rubiah ini pengelola dan pemerintah bekerjasama untuk mempromosikan wisata ini kepada masyarakat luas melalui media cetak dan media elektronik agar masyarakat luar tahu dengan objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah ini yang pada awalnya masyarakat luar kurang mengetahui objek wisata ini. Kemudian cara lain yang dilakukan adalah informasi dari mulut kemulut.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, semakin bagus promosi yang dilakukan Rumah Gadang Mande Rubiah, maka akan semakin banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah. Hal ini sejalan dengan penelitian Mandala (2017) dan Darmasaputra (2015) yang menyatakan promosi berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Pengaruh Tempat/lokasi terhadap Keputusan Berkunjung pada Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis keempat ditemukan bahwa tempat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah. Lokasi Rumah Gadang Mande Rubiah ini terletak pada jalan lintas Bengkulu. Menurut Lupiyoadi (2013: 42), "lokasi berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. Semakin strategis lokasi usaha maka akan semakin baik pula perkembangan usaha tersebut dan meningkatkan

keinginan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian”. Lokasi Rumah Gadang Mande Rubiah memiliki arus lalu lintas yang lancar sesuai dengan keinginan wisatawan. Selain itu, Rumah Gadang Mande Rubiah mudah dijangkau dengan kendaraan apapun tanpa memikirkan jauhnya jarak lokasi ke Rumah Gadang Mande Rubiah. Lokasi ini dipermudah dengan adanya rambu-rambu menuju ke Rumah Gadang Mande Rubiah.

Dapat disimpulkan lokasi pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung pada Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandala (2017), Darmasaputra (2015) dan Astuti (2014) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen.

4. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Keputusan Berkunjung pada Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ditemukan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Rumah Gadang Mande Rubiah. Artinya, bukti fisik tidak menjadi pengaruh besar bagi wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung pada Rumah Gadang Mande Rubiah ini, karena wisatawan untuk melakukan kunjungan tidak hanya melihat dari bukti fisik dari suatu objek wisata, meskipun objek wisata ini memiliki eksterior dan interior yang bagus namun ini tidak menjadi pengaruh bagi wisatawan untuk berkunjung. Mungkin banyak hal lain yang wisatawan lihat untuk melakukan kunjungan, misalnya melihat dari produk, promosi yang dilakukan dan lainnya. Menurut Lovelock (2007: 20), bukti fisik adalah petunjuk visual atau berwujud lainnya yang memberikan bukti atas kualitas jasa.

Bukti fisik yang ada di Rumah Gadang Mande Rubiah adalah memiliki tampilan bangunan yang menarik, memiliki ruangan yang cukup dan memadai, karyawan/pengelola berpakaian bersih dan berpenampilan menarik. Kemudian untuk fasilitas eksteriornya adalah area parkir, dimana area parkir di Rumah Gadang Mande Rubiah ini sudah cukup luas namun ini masih belum memadai jika ada acara besar yang diadakan Rumah Gadang Mande Rubiah pada saat hari lebaran. Menurut Lovelock (2007: 214), bukti fisik yang paling kuat dialami oleh pelanggan yang datang ke pabrik jasa dan melihat karyawan bekerja dalam lingkungan fisiknya. Dalam bukti fisik dikenal dengan istilah *servicescape* yaitu menggambarkan gaya dan penampilan lingkungan fisik tempat pelanggan dan penyedia jasa berinteraksi.

Dapat disimpulkan bahwa bukti fisik tidak menjadi pengaruh besar dalam keputusan wisatawan untuk berkunjung. Artinya, ketika perusahaan belum bisa melakukan perbaikan terhadap fasilitas eksterior dan interior yang ada, seperti area parkir yang belum memadai maka wisatawan akan berfikir ulang untuk melakukan kunjungan. Karena, wisatawan ragu dengan area parkir untuk memikirkan kendaraannya nanti. Kemudian bukti fisik tidak berpengaruh pada keputusan berkunjung karena wisatawan yang berkunjung disana tidak hanya melihat bukti fisik tetapi mereka ke Rumah Gadang Mande Rubiah untuk melihat koleksi bersejarah yang ada disana dan untuk mengetahui sejarah dari objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Okta (2012), Astuti (2014) dan Prima (2010) yang menyatakan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Pengaruh Karyawan Terhadap Keputusan Berkunjung pada Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis bahwa karyawan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah. Sedangkan menurut Yazid (2003:19) dalam Okta (2012) partisipan atau orang adalah “semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli”. Menurut Prima (2010) karyawan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian Menurut Karnelis (2017) *people* yang berfungsi sebagai *service provider* sangat mempengaruhi kualitas yang diberikan. Orang merupakan keterlibatan orang/SDM meliputi karyawan dan staff untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, dimana hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Karyawan/pengelola Rumah Gadang Mande Rubiah ini melayani pengunjung dengan sopan dan cepat, sigap dalam membantu pengunjung jika ada masalah, karyawan mampu berkomunikasi dengan baik dan berkomunikasi dengan pengunjung menggunakan bahasa yang mudah di pahami. Artinya semakin bagus

karyawan memberikan pelayanan kepada wisatawan, sopan, sigap dan mampu berkomunikasi dengan baik pada wisatawan maka akan mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan atau melakukan keputusan berkunjung pada wisata Rumah Gadang Mande Rubiah ini.

Dapat disimpulkan karyawan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ramadhanti (2017), Kevin (2019), Mandala (2017), Darmasaputra (2015) dan Okta (2012) yang menyatakan karyawan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

6. Pengaruh Proses terhadap Keputusan Berkunjung pada Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ditemukan bahwa proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah. Menurut Lovelock (2007:19), proses merupakan metode pengoperasian atau serangkaian tindakan tertentu, yang umumnya berupa langkah-langkah yang diperlukan dalam suatu urutan yang telah ditetapkan untuk memudahkan konsumen memperoleh jasa yang ditawarkan.

Proses untuk masuk ke Rumah Gadang Mande Rubiah sangat Mudah dan cepat. Dimana wisatawan pada saat memasuki Rumah Gadang Mande Rubiah akan dipersilahkan untuk mencatat nama sebagai bukti bagi wisatawan telah berkunjung di Rumah Gadang Mande Rubiah dan tidak di punggut biaya tiket hanya memberikan seikhlasnya saja pada kotak yang sudah disediakan. Proses pemberian informasi mudah dipahami oleh pengunjung dan proses layanan yang diberikan pihak Rumah Gadang Mande Rubiah cukup baik. Meskipun demikian proses yang diberikan oleh pihak Rumah Gadang Mande Rubiah mudah dan cepat tetapi ini tidak menjadi pertimbangan bagi wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa proses bukanlah menjadi pengaruh besar dalam wisatawan untuk berkunjung. Artinya, wisatawan tidak hanya melihat dari proses untuk melakukan kunjungan, seperti harga tiket yang tidak ada atau proses masuk ke objek wisata itu mudah, hal itu tidak menjadi pertimbangan bagi wisatawan, banyak hal lain yang dipertimbangkan oleh wisatawan untuk melakukan kunjungan seperti melihat dari produk yang ditawarkan, lokasi yang mudah dijangkau dan lain-lain. Alasan wisatawan melakukan keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah adalah untuk melihat koleksi bersejarah yang ada disana dan untuk mengetahui sejarah dari objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adriansyah (2014), Aras (2017) dan Wijayanto (2015) yang menyatakan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen

7. Pengaruh produktivitas dan kualitas terhadap Keputusan Berkunjung pada Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

Berdasarkan hasil pengujian terhadap hipotesis ditemukan bahwa produktivitas dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah. Menurut Lovelock (2011:180), kualitas dan produktivitas merupakan jalur kembar untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan perusahaan. Nilai tambah ini akan mempengaruhi keinginan pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian dan mengkonsumsi suatu barang atau jasa.

Pihak Rumah Gadang Mande Rubiah menyarankan kepada pengunjung melakukan kunjungan pada hari Jumat, Minggu dan hari-hari besar islam. Pihak Rumah Gadang Mande Rubiah juga memberikan pemandu wisata untuk pengunjung yang berasal dari luar kota. Selain itu, karyawan Rumah Gadang Mande Rubiah memberikan perhatian kepada pengunjung dan penampilan karyawan yang bersih dan rapi. Ini berarti produktivitas dan kualitas yang diberikan oleh pihak Rumah Gadang Mande Rubiah sangat mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan pada objek wisata ini.

Menurut Lovelock (2007:18), elemen produk adalah semua kinerja jasa yang menciptakan nilai bagi pelanggan. Nilai yang dihasilkan oleh produk akan mempengaruhi produktivitas dan kualitas dimana wisatawan merasakan manfaat dari Rumah Gadang Mande Rubiah. Menurut Lupiyoadi (2013:122), lingkungan jasa berfungsi sebagai alat untuk memfasilitasi proses jasa dan meningkatkan produktivitas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Permata (2018) yang menyatakan bahwa produktivitas dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan yang dapat diambil dari pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan adalah sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan. Artinya, semakin bagus kualitas produk yang disediakan pengelola Rumah Gadang Mande Rubiah maka akan memperkuat keputusan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan.
2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan. Artinya semakin efektif promosi yang dilakukan oleh pengelola Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan maka akan memperkuat keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan.
3. Tempat/lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan. Artinya semakin mudah wisatawan menjangkau lokasi Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan maka akan memperkuat keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan.
4. Bukti Fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan. Artinya semakin tidak lengkap fasilitas yang disediakan Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan maka wisatawan semakin tidak ingin berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan.
5. Karyawan berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan. Artinya semakin baik sikap karyawan maka akan memperkuat keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan.
6. Proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan. Artinya semakin sulit wisatawan mendapatkan prosedur perolehan jasa dan prosedur resolusi jasa maka semakin tidak ingin wisatawan untuk berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan.
7. Produktivitas dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan maka wisatawan semakin ingin berkunjung ke Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom Rumah Gadang Mande Rubiah di Pesisir Selatan, maka penulis memberikan saran-saran berikut:

1. Pengelola
 - a. Disarankan kepada pengelola untuk dapat memperhatikan dan menjaga keaslian produk/koleksi yang ada agar semakin meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung pada objek wisata ini.
 - b. Disarankan kepada pengelola untuk dapat mempertahankan pelayanan yang lebih baik lagi kepada wisatawan dan juga keramahan, kecepatan, kesungguhan dan kemampuan komunikatif karyawan dalam melayani wisatawan.
 - c. Disarankan kepada pengelola untuk mempertahankan kenyamanan kepada wisatawan yang melakukan kunjungan ke Rumah Gadang Mande Rubiah baik itu dalam hal kesigapan karyawan dalam membantu pengunjung, berkomunikasi dan penampilan karyawan yang bersih.
 - d. Disarankan kepada pengelola untuk memperbaiki fasilitas dan sarana yang tersedia. Seperti toilet.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, Rafiz. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Proses Keputusan Penggunaan pada Konsumen Hotel Posters Bandung*. Jurnal Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management : Vol.1, No.3 Desember 2014.
- Aras, Muh. 2017. *The Effect of Service Marketing Mix on Consumer Decision Making*. The 1st International Conference on Education, Science, Art and Technology (the 1st ICESAT) Universitas Negeri Makassar. 22 – 23 July 2017.
- Astuti, Retno. 2015. *Marketing Strategy Based on Marketing Mix Influence on Purchasing Decisions of Malang Apples Consumers at Giant Olympic Garden Mall (MOG), Malang City, East Java Province, Indonesia*. Department of Technology of Agricultural Industry, Faculty of Technology of Agriculture, University of Brawijaya. Agriculture and Agricultural Science Procedia 3 (2015) 67 – 71.
- Darmasaputra, Randi. 2015. *The Effect Of Marketing Mix Towards Customer Purchase Decision Process (a Study on Alfamart Gegerkalong Hilir no.44 November 2014 – April 2015)*. Management ICT Business International, School of Economics and business, Telkom University. e-Proceeding of Management : Vol.2, No.2 Agustus 2015.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Gordon, Ross. 2011. *Re-Thinking and Re-Tooling The Social Marketing Mix*. Australasian Marketing Journal 20 (2012) 122-126. Centre for Health Initiatives, University of Wollongong, Wollongong, 2522 NSW, Australia.
- Gusrita, D., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Marketing Mix Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita Di Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 1(4), 944-954.
- Karnelis. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Kartika Langsa*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol.6, No.1, Mei 2017 ISSN 2252-844X
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher dan Wright, Lauren. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. PT. Indeks.
- Lovelock, Christopher dan Wright, Lauren. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jilid II. Jakarta. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba.
- Mandala, Setiawan Putra, dkk. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Hotel Mercure Di Kota Palu*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako Vol. 3, No. 2, Mei 2017, 179-190 Issnonline 2443-3578/Issn Printed 2443-1850.
- Michael, Kevin Arthur. 2019. *The Effect Of Marketing Mix On “Kpr Xtra Bebas” Decision Making In Bank X Regional I*. Management and Business, School of Business, IPB University. Journal of Consumer Sciences E-ISSN : 2460-8963 2019, Vol. 04, No. 01, 1-12.
- Okta, Hafrizal Ade Putra. 2012. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Prabayar XL Di Kota Padang*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3, Nomor 1, Januari 2012 ISSN : 2086 - 5031
- Permata, Dola Sari. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Waterboom Di Kota Sawahlunto*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Volume 1, Nomor 1, 5 Maret 2018.
- Prima, Ratni Lita. 2010. *Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata di Kota Padang*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi. Vol.2 No.2 Juli – Desember 2010.
- Ramadhanti, Amalia. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda*. E-Journal Administrasi Bisnis, 2017, 5 (2): 269-282 . ISSN 2355-5408, ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id
- S. Yeua ,Chan, Kong C. Leonga , Lee C. Tonga , Su Hanga , Tang Y.a , A. Bashawirb , M. Subhan. 2012. *A Comparative Study on International Marketing Mix in China and India the Case of McDonald's*. a OYA Graduate School of Business, Universiti Utara Malaysia, Sintok 06010, Malaysia. Procedia - Social and Behavioral Sciences 65 (2012) 1054 – 1059

- Salman, Doaa, Yasser Taw Taw, Mohamed Samy, Andrés Artal-Tur. (2017). *A new marketing mix model to rescue the hospitality industry: Evidence from Egypt after the Arab Spring*. E Institute of International Economics (IEI-UV), University of Valencia, Spain. Journal 3 (2017) 47–69.
- Sevil, Bengu Oflac, Birce Dobrucali, Tugce Yavas, Maria Gabriela Escobar. 2015. *Services Marketing Mix Efforts of a Global Services Brand: The Case of DHL Logistics*. Izmir University of Economics, Department of Logistics Management, Sakarya Caddesi, No:156 35300, Balçova - Izmir, Turkey. *Procedia Economics and Finance* 23 (2015) 1079 – 1083.
- Wardi Yunia. 2016. *Pemasaran Jasa*. Padang: Sukabina Press.
- Wijayanto, Gatot. 2015. *The Effect of Service Marketing Mix in Choosing the Decision to Consumer Services Hotel: Studies in Hotel Grand Zuri Pekanbaru*. Lecturer of Management Program The Faculty of Economis Riau University, Kampus Bina Widya Simpang Baru. *Mediterranean Journal of Social Sciences* MCSER Publishing, Rome-Italy. ISSN 2039-2117 (online) ISSN 2039-9340 (print). Vol 6 No 5 S5 October 2015