

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berlibur Wisatawan di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Muhammad Rizal Arifin, NIM. 17402153467. Jurusan Ekonomi Syari’ah (ES), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung, yang dibimbing oleh Dyah Pravitasari, M.SA.

Harga merupakan faktor terpenting bagi keberhasilan suatu usaha untuk melakukan kegiatannya. Pengusaha akan menjadikan Harga sebagai pertimbangan utama untuk mengembangkan usahanya. Demi berkembangnya usaha juga mempertimbangkan faktor Promosi untuk produk yang dijual dan lokasi yang di tawarkan. Tingkat promosi yang baik dan di kemas dengan menarik akan menarik minat wisatawan untuk berlibur di lokasi wisata. Hal tersebut juga harus di tunjang dengan kualitas lokasi yang memadai, nyaman, dan aman. Sehingga keinginan untuk berkunjung kembali ke lokasi wisata akan semakin bertambah.

Permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti terdapat 4 pertanyaan: (1) Apakah harga berpengaruh terhadap wisatawan berlibur di objek wisata pantai Sine Kabupaten Tulungagung? (2) Apakah promosi berpengaruh terhadap wisatawan berlibur di objek wisata pantai Sine Kabupaten Tulungagung? (3) Apakah lokasi berpengaruh terhadap wisatawan berlibur di objek wisata pantai Sine Kabupaten Tulungagung? (4) Apakah harga, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap wisatawan berlibur di objek wisata pantai Sine Kabupaten Tulungagung?

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*, skala yang digunakan yaitu skala likert, teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 wisatawan objek wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) harga berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung (2) Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung (3) lokasi berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung (4) harga, Promosi dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berlibur di Objek Wisata Pantai Sine Kabupaten Tulungagung.

Kata Kunci: Harga, Promosi, lokasi, Keputusan Berlibur

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Prices, Promotions, and Locations on Tourist Vacation Decisions in Sine Tulungagung Beach Tourism Object" was written by Muhammad Rizal Arifin, NIM. 17402153467. Department of Islamic Economics (ES), Faculty of Economics and Business in Islam (FEBI), IAIN Tulungagung, guided by Dyah Pravitasari, M.SA.

Price is the most important factor for the success of a business to carry out its activities. Entrepreneurs will make price as the main consideration to develop their business. For the sake of the development of the business also consider the Promotion factor for the products sold and the locations offered. The level of good promotion and packaging with interest will attract tourists to vacation at tourist sites. It must also be supported by adequate, comfortable and safe location quality. So that the desire to return to tourist sites will increase.

The problems formulated by the researcher have 5 questions: (1) Does the price affect tourists on vacation at the Sine Tulungagung beach attraction? (2) Does promotion affect tourists on vacation in the Sine Tulungagung beach attraction? (3) Does the location affect tourists on vacation at the Sine Tulungagung beach attraction? (4) Does the price, promotion and location affect tourists on vacation in the Sine Tulungagung beach attraction?

The approach used is quantitative with an associative type. The sampling technique uses Accidental Sampling, the scale used is the Likert scale, data analysis techniques using validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear test, hypothesis testing and test coefficient of determination. The number of samples used in this study were 100 tourists on Sine Tulungagung Beach attractions.

The results showed that: (1) prices influence the decision of tourists on vacation in Sine Tulungagung Beach Attraction Objects (2) Promotion does not affect the decision of tourists on vacation in Sine Tulungagung Beach Attractions (3) location influences tourists' decisions on vacation in Sine Tulungagung Beach (4) prices, promotions and locations influence the decision of tourists on vacation in the tourist attraction of Sine Beach, Tulungagung.

Keywords: Price, Promotion, location, Vacation Decision