

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PADA
PUNCAK HALIMUN CAMP**

***THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY, LOCATION AND
SOCIAL MEDIA ON CONSUMER DECISION-MAKING IN
CHOOSING PUNCAK HALIMUN CAMP***

Oleh

**SOFYAN SAURI ABDUL AZIZ
61201022009583**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK**

2026

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PADA
PUNCAK HALIMUN CAMP**

***THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY, LOCATION AND
SOCIAL MEDIA ON CONSUMER DECISION-MAKING IN
CHOOSING PUNCAK HALIMUN CAMP***

Oleh

**SOFYAN SAURI ABDUL AZIZ
61201022009583**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 17 Juli 2026

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Nuryani Susana, S.Pd, SH, MH.

NIDN/NUPTK: 4362746647230073

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si.

NIDN/NUPTK: 7048743644130093

Mengetahui,

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.

NIDN/NUPTK: 2017065701

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PADA
PUNCAK HALIMUN CAMP**

***THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY, LOCATION AND
SOCIAL MEDIA ON CONSUMER DECISION-MAKING IN
CHOOSING PUNCAK HALIMUN CAMP***

Oleh

**SOFYAN SAURI ABDUL AZIZ
61201022009583**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 17 Juli 2026

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Sandi Noorzaman, S.Si. MM.
NIDN/NUPTK: 64597556130103

Maya Andini Kartikasari, SP, MM.
NIDN/NUPTK: 2954761662230212

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si.
NIDN/NUPTK: 7048743644130093

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap: Sofyan Sauri Abdul Aziz

NIM : 61201022009583

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih pada Puncak Halimun Camp

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan haknya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan sayang yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 17 Juli 2026

Sofyan Sauri Abdul Aziz

SURAT PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)

Yang Bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap: Sofyan Sauri Abdul Aziz

NIM : 61202011009583

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih pada Puncak Halimun Camp

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Dalam Penulisan hasil karya ilmiah saya, saya dibantu dengan menggunakan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/ AI).
2. Aplikasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/ AI) yang saya pergunakan adalah: Chat GPT dan Google Gemini.
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (copy paste) hasil Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/ AI) kedalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, analisa, argumen, data dan kesimpulan yang terdapat dalam karya ilmiah saya merupakan hasil pemahaman, kajian, dan tanggung jawab penulis secara penuh. Tidak ada bagian dari penulisan ini yang dihasilkan sepenuhnya oleh Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/ AI) tanpa pengawasan, pemrosesan, atau evaluasi ulang oleh penulis.
5. Apabila dikemudian hari, terdapat pelanggaran terhadap prinsip etika akademik, termasuk penggunaan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/ AI) secara tidak tepat yang merupakan bentuk ketidakjujuran ilmiah, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 17 Juli 2026

Sofyan Sauri Abdul Aziz

Nama Lengkap: Sofyan Sauri Abdul Aziz

NIM : 61202011009583

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih pada Puncak Halimun Camp

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Media Sosial terhadap Keputusan Memilih destinasi wisata Puncak Halimun Camp di Caringin, Bogor. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih dengan nilai signifikansi 0,000 (sig. < 0,05), dan faktor ini menjadi elemen yang paling dominan. Variabel Lokasi juga terbukti berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,008 (sig. < 0,05). Sebaliknya, variabel Kualitas Pelayanan dengan nilai signifikansi 0,085 (sig. > 0,05) dan Media Sosial dengan nilai signifikansi 0,634 (sig. > 0,05) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan memilih. Secara simultan, seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengunjung. Hasil koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) menunjukkan bahwa kombinasi keempat variabel tersebut mampu menjelaskan variasi keputusan memilih sebesar 34,7%, sedangkan sisanya sebesar 65,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Media Sosial, Keputusan Memilih.

Abstract

*This study aims to analyze the influence of Price, Service Quality, Location, and Social Media on the decision to choose the Puncak Halimun Camp tourist destination in Caringin, Bogor. The research approach used is a quantitative method with multiple linear regression analysis using the SPSS program. The results show that partially, the Price variable has a significant effect on the decision to choose, with a significance value of 0.000 (sig. < 0.05), and this factor is the most dominant element. The Location variable also proves to have a significant effect with a significance value of 0.008 (sig. < 0.05). On the other hand, the Service Quality variable with a significance value of 0.085 (sig. > 0.05) and Social Media with a significance value of 0.634 (sig. > 0.05) show an insignificant effect on the decision to choose. Simultaneously, all independent variables together have a significant effect on visitors' decisions. The coefficient of determination results (*Adjusted R Square*) shows that the combination of these four variables is able to explain 34.7% of the variation in decision-making, while the remaining 65.3% is explained by other variables outside of this study's model.*

Keywords: Price, Service Quality, Location, Social Media, Decision-Making.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat nikmat, rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul ”Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Memilih pada Puncak Halimun Camp” ini dengan tepat waktu. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penyelesain penelitian ini, penulis mendapat banyak dukungan, bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Mildy Rifa'i, S. E., selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Depok.
3. Bapak Drs. Hengky Hendrawan, MM., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Dian Rusmana SE., MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan saran, serta bimbingan selama proses penyusunan penelitian ini.
5. Seluruh bapak dan ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI terkhusus jurusan manajemen yang telah memberikan dedikasi dalam mengajar dan memberikan ilmu bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh Staff dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah membantu dan melayani penuli selama perkuliahan.
7. Para menejemen Puncak Halimun Camp yang telah memberikan izin dan membantu dalam pelaksanaan penelitian.
8. Rekan seperjuangan mahasiswa angkatan 2022 yang telah bersama-sama menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI dengan penuh suka cita.
9. Ibu Esih selaku orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tiada henti dengan sepuh hati.
10. Kakak Nurjanah, Masriah, Masrifah dan Nurainah, yang secara tidak langsung selalu memberikan dukungan dan motivasi baik dalam penelitian maupun dalam kehidupan ini.

11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan dan dukungan yang luar biasa selama proses pembuatan dan penyelesaian penelitian ini.
12. Terakhir, peneliti ingin mengucapkan terima kasih untuk diri sendiri. Apresiasi yang sangat besar untuk saya bisa menyelesaikan masa perkuliahan ini meskipun penuh dengan berbagai tantangan baik financial dan juga emosional yang seringkali merasa ingin menyerah, namun dengan semangat yang terus dibangun akhirnya saya bisa ada dititik pembuatan dan penyelesaian penelitian ini untuk memperoleh gelar sajana.

Depok, 17 Juli 2026

Sofyan Sauri Abdul Aziz

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Judul Skripsi	i
Lembar Pengesahan Skripsi	ii
Lembar Pengujian Skripsi	iii
Lembar Pernyataan.....	iv
Lembar Surat Pernyataan Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI).....	v
Lembar Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Bagan/Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup/ Batasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.5.1 Maksud Penelitian	8
1.5.2 Tujuan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori Pemasaran.....	11
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Pemasaran	11
2.1.3 Peran Pemasaran	12
2.1.4 Tujuan Pemasaran	12
2.2 Harga	12
2.2.1 Pengertian Harga	12
2.2.2 Indikator Harga	12
2.3 Kualitas Pelayanan	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.4 Lokasi.....	14
2.4.1 Pengertian Lokasi.....	14
2.4.2 Indikator Lokasi	15
2.5 Media Sosial	15

2.5.1	Pengertian Media Sosial	15
2.5.2	Indikator Media sosial.....	15
2.6	Keputusan Memilih/Keputusan Pembelian.....	16
2.6.1	Pengertian Keputusan Memilih/Keputusan Pembelian.....	16
2.6.2	Indikator Keputusan Memilih/Keputusan Pembelian	16
2.7	Penelitian Terdahulu	17
2.8	Kerangka Pemikiran	25
2.9	Pengajuan Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1	Desain dan Jenis Penelitian	28
3.2	Objek, Jadwal Dan Lokasi Penelitian	29
3.3	Jenis Dan Sumber Data Penelitian	30
3.3.1	Jenis Data Penelitian	30
3.3.2	Sumber Data Penelitian.....	31
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4.1	Populasi.....	31
3.4.2	Sampel.....	31
3.4.2.1	Teknik <i>Sampling</i>	31
3.4.2.2	Ukuran <i>Sampling</i>	32
3.5	Operasional Variabel	33
3.6	Metode Pengumpulan Data	35
3.6.1	Kuesioner (Angket).....	36
3.6.2	Studi Dokumentasi.....	38
3.7	Metode Pengolahan/ Analisis Data	38
3.7.1	Uji Kualitas Data	38
3.7.1.1	Uji Validitas.....	38
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	39
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	39
3.7.2.1	Uji Normalitas	40
3.7.2.2	Uji Multikoleniaritas	40
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas	41
3.7.3	Uji Hipotesis	42
3.7.3.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.7.3.2	Uji Parsial (Uji t).....	43
3.7.3.3	Uji Simultan (Uji f)	43
3.7.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.2	Deskripsi karakteristik Responden	46

4.1.3 Uji Kualitas data	61
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	65
4.1.5 Uji Hipotesis	70
4.1.6 Koefisien Determinasi.....	74
4.1.7 Pengaruh Dominan.....	75
4.2 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Wisata Camp Wilayah Bogor	2
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Puncak Halimun Camp Tahun 2025	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	30
Tabel 3.2 Operasioanal Variabel.....	34
Tabel 3.3 Angka Penafsiran	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	46
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Variabel Harga.....	49
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	51
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Lokasi.....	54
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Media Sosial	56
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Memilih.....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Variabel Keputusan Memilih	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikoleniaritas	69
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.16 Hasil Uji T	73
Tabel 4.17 Hasil Uji F	74
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	74
Tabel 4.19 Hasil Uji Dominan	75

DAFTAR BAGAN/ GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Ulasan Pengunjung Puncak Halimun Camp	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4.1 Kawasan Puncak Halimun Camp	45
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	67
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Data Tabulasi Responden Penelitian	88
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	91
Lampiran 4 Surat Izi Penelitian.....	101
Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi	102
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme	103
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	104