

ABSTRAK

Dola Permata Sari, (2013/1303547): Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Waterboom di kota Sawahlunto

**Pembimbing: 1. Bapak Dr. Marwan, S.Pd, M.Si
2. Ibu Rose Rahmidani, S.Pd, M.M**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, bukti fisik, karyawan, proses, produktivitas dan kualitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Waterboom kota Sawahlunto. Jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan rumus *Cochran* sebanyak 100 orang dan dipilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang terpilih. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif melalui analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom, (2) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom, (3) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom, (4) Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom, (5) Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom, (6) Karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom, (7) Proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom, (8) Produktivitas dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Waterboom.

Kata Kunci: Keputusan Berkunjung, Produk, harga, promosi, lokasi, bukti fisik, karyawan, proses, dan produktivitas dan kualitas.