

ABSTRAK

Monalisa,(2015/15053038) : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd, MM

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, bukti fisik, karyawan, proses, produktivitas dan kualitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan. Jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan rumus *Cochran* sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel ini didasarkan pada metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang terpilih. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:(1) Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan, (2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan, (3) Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan, (4) Bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan, (5) Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan, (6) Proses tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan, (7) Produktivitas dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Rumah Gadang Mande Rubiah Pesisir Selatan

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