

ABSTRACT

Vivi Widiyawati 150211100050 "The Influence of the Promotional Mix to the decision of visit on tourism destinations". Under the Guidance of Dr. H. Muh. Syarif, Ec.M. S.E dan Hj. Evaliati Amaniyah, S.E. M.S.M

This research was conducted with the aim to determinasi the effect of the promotion mix on the decision to visit torism destinations in the torist area of jumiang, pamekasan regency. The study sample was 98 respondents of visitorsto the tourist attraction of jumiang Pamekasan Regency, with the sampling technique using the purposive sampling method. The analysis used is multiple linear regression analysis, using descriptive analysis and using the t test (partial), while data processing using SPSS 20. This study uses primary data and secondary data, the data in this study are obtained directly from questionnaires filled with visitors to the object tourist jumiang who had visited the tourism object.

The result of this study based on descriptive analysis are adversiting, sales promotion, public relations and publicity variables, anddirect marketing is very good according to the perceptions of respondents. then based on the result of t test adversiting, sales promotion, publicrelations and publicity, and direct marketing have a significanteffect on visiting decisions.

Keywords: advertising, sale promotion, public relation and publicity, direct marketing, visiting decision

ABSTRAK

Vivi Widiyawati 150211100050. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Pariwisata (Studi Pada Objek Wisata Jumiang Di Kabupaten Pamekasan). Di bawah bimbingan Dr. H. Muh. Syarif, Ec.M. S.E dan Hj. Evaliati Amaniyah, S.E. M.S.M

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan berkunjung pada destinasi pariwisata objek wisata Jumiang kabupaten Pamekasan. Sampel penelitian sebesar 98 responden pengunjung objek wisata Jumiang kabupaten Pamekasan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan analisis deskriptif serta menggunakan uji t (parsial), sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS 20. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, data dalam penelitian ini di peroleh langsung dari kuesioner yang diisi oleh pengunjung objek wisata jumiang yang pernah berkunjung ke objek wisata tersebut.

Hasil dari penelitian ini berdasarkan analisis deskriptif adalah variable periklanan, promosi penjualan, humas dan publisitas dan pemasaran langsung sangat baik menurut persepsi responden. Kemudian berdasarkan hasil uji t variabel periklanan, promosi penjualan, humas dan publisitas dan pemasaran langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung .

Kata Kunci : Periklanan, Promosi Penjualan, Humas dan Publisitas, Pemasaran Langsung, Keputusan Berkunjung