

ABSTRAK

Rahul Rachmat Muhajir, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL) Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, di bawah Bimbingan Triana Setiyarini, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi terhadap kepuasan wisatawan pada wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang di Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan skala Likert dengan menggunakan sampel sebesar 98 orang responden. Penelitian ini menggunakan metode teknik purposive sampling dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 26 menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, tempat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Untuk uji simultan, menunjukkan bahwa produk, harga, tempat dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,577 artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan bahwa variabel produk, harga, tempat, dan promosi dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan pada Taman Rekreasi Anjuk Ladang sebesar 57,7%. Sedangkan sisanya sebesar 42,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Kepuasan

ABSTRACT

Rahul Rachmat Muhajir, The Effect of Marketing Mix on Tourist Satisfaction in Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL) in Nganjuk Regency, East Java, under the Guidance of Triana Setiyarini, S.E., M.M

The purpose of this study is to determine the effect of product, price, place and promotion on tourist satisfaction at Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL) in Nganjuk District, Nganjuk Regency. The research method uses quantitative methods. The data used are primary and secondary data. The research data was obtained by distributing questionnaires using a Likert scale using a sample of 98 respondents. This study used a purposive sampling technique and the analytical tool used was multiple linear regression with the help of the SPSS 26 program using multiple linear regression analysis techniques.

The partial test results show that product has a significant effect on satisfaction, price has a significant effect on satisfaction, place has a significant effect on satisfaction, and promotion has no significant effect on satisfaction. For the simultaneous test, it shows that product, price, place and promotion together have a significant effect on satisfaction. The coefficient of determination is 0.577 meaning that the regression model obtained is able to explain that product, price, place and promotion variables can affect tourist satisfaction at Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL) by 57.7%. While the remaining 42.3% is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion and Satisfaction