

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN PADA WISATA ALAM GOSARI KABUPATEN GRESIK

Nama : Uswatun Khasanah
NIM : 1011810098
Dosen Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menilai pengaruh bauran pemasaran jasa secara simultan dan parsial terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Wisata Alam Gosari dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30-500 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan bantuan SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versi 25. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa secara simultan bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Hasil secara parsial variabel *product* dan *price* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sedangkan *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence* tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Kata kunci: *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* dan kepuasan wisatawan.

THE INFLUENCE OF SERVICE MARKETING MIX ON TOURIST SATISFACTION AT GOSARI NATURAL TOURISM GRESIK REGENCY

Student Name : Uswatun Khasanah
Student Identity Number : 1011810098
Guidance lecturer : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRACT

This study aims to determine and assess the effect of the service marketing mix simultaneously and partially on tourist satisfaction at Gosari Nature Tourism, Gresik Regency. This research is a quantitative study using a causal associative approach. The population in this study are tourists who visit Gosari Nature Tourism with the number of samples used as many as 30-500 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, classical assumption test and hypothesis testing with the help of SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 25. The results of this study show that the service marketing mix simultaneously affects tourist satisfaction. The results partially affect the product and price variables on tourist satisfaction. While place, promotion, people, process and physical evidence have no effect on tourist satisfaction.

Keywords: *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence and tourist satisfaction.*