UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN TAMAN BUAH MEKARSARI DI KABUPATEN BOGOR**
VEMI RAHAYUNINGSIH, Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D
**Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# INTISARI

Pertumbuhan pariwisata di Jawa Barat meningkat seiring dengan tingginya permintaan jasa atas wisata. Taman Buah Mekarsari merupakan salah satu agrowisata andalan di Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui kinerja bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan tempat) yang dilakukan oleh Taman Buah Mekarsari menurut wisatawan (2) Mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan (3) Mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, dan tempat) terhadap kepuasan wisatawan Taman Buah Mekarsari (4) Menganalisis kontribusi bauran pemasaran terhadap kepuasan wisatawan. Wisatawan yang dipilih secara tidak sengaja dengan menggunakan *convenience sampling*. Sebanyak 100 kuesioner dikumpulkan dari wisatawan yang berkunjung ke Taman Buah Mekarsari. Hasil yang diperoleh dari (1) analisis deskriptif kinerja bauran pemasaran termasuk dalam kategori tinggi (2) tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan dalam kategori cukup (3) Hubungan bauran pemasaran dan kepuasan wisatawan diuji menggunakan analisis regresi linear berganda, hasilnya bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (4) Kontribusi produk dketahui paling besar mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Kata kunci : bauran pemasaran, kepuasan wisatawan, pengaruh, *convenience sampling*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN TAMAN BUAH MEKARSARI DI KABUPATEN BOGOR**
VEMI RAHAYUNINGSIH, Dr. Jangkung Handoyo Mulyo, M.Ec; Ir. Any Suryantini, M.M., Ph.D
**Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# *ABSTRACT*

*Tourism growth in West Java increases with the high demand for travel services. Taman Buah Mekarsari is one of the flagship agrotourism in West Java. The purpose of this study is to (1) the performance of the marketing mix (products, prices, promotions, and places) in Taman Buah Mekarsari according to tourists (2) the level of satisfaction felt by tourists (3) the impact of the marketing mix (products, prices, promotion, and place) to tourists' satisfaction Taman Buah Mekarsari and (4) analyze the contribution of the marketing mix to tourist satisfaction. Tourist were chosen accidentally at Taman Buah Mekarsari by using convenience sampling. One hundred questionnaires were collected from tourist who visited Taman Buah Mekarsari. The study established that (1) from the descriptive analysis of the marketing mix performance included in the high category (2) the level of satisfaction felt by tourists in the sufficient category (3) The relationship between marketing mix and tourist satisfaction is tested using multiple linear regression analysis, the result is that marketing mix has a positive effect on tourist satisfaction (4) The contribution of the product has the greatest impact on tourist satisfaction.*

*Keywords : marketing mix, tourist satisfaction, impact, convenience sampling*