

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE TAMAN WISATA LEMBAH HIJAU

Oleh

HIDAYATULLAH SURYA DIRGABRATA

Tempat-tempat rekreasi serta tempat-tempat wisata yang bersaing saat ini sudah semakin banyak. Oleh sebab itu para pemilik tempat wisata bersaing untuk membuat strategi agar tempat wisata yang mereka kelola tersebut menjadi menarik dan minat para pengunjung untuk mengunjunginya pun semakin besar. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process* terhadap minat kunjungan. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju ke sesuatu yang telah menarik minatnya. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Jenis penelitian ini adalah penelitian pengujian hipotesis. Menggunakan metode Regresi Linear Berganda. Kesimpulan penelitian ini adalah: Variabel *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *process* (proses) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjung konsumen ke Lembah Hijau. Variabel *place* (tempat), *people* (orang/pegawai), *pyshical evidence* (keadaan fisik) berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berkunjung konsumen ke lembah hijau. Variabel *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *process* (proses), Variabel *place* (tempat), *people* (orang/pegawai), *pyshical evidence* (keadaan fisik), secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung konsumen.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Minat Mengunjungi, Regresi Linear Berganda.