ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG KAMPOENG WISATA TABEK INDAH RESORT NATAR LAMPUNG SELATAN

Oleh

Daniel Valentinus

Sekarang ini produk-produk yang ada, baik barang maupun jasa, bersaing dalam pasar yang terbuka. Salah satu jenis produk yang ditawarkan kepada masyarakat saat ini adalah produk jasa obyek wisata dengan konsep taman/resort. Produk ini dirasa cocok untuk memenuhi kebutuhan sebagian masyarakat yang merasa penat dan ingin sejenak bersantai disuasana yang alami tanpa harus pergi jauh dari rumah mereka karena keterbatasan waktu luang yang dimiliki. Salah satu tempat wisata tersebut adalah Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort yang terletak di Jalan Raya Natar, Desa Serbajadi Pemanggilan, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan.

Masalah dalam penelitian ini adalah adanya persaingan dan terjadinya fluktuasi jumlah pengunjung yang dihadapi oleh Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan, dan permasalahannya adalah apakah bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan. Tujuan analisis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa yang ada di Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan terhadap kepuasan pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan.

Metode analisis yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS dengan melakukan Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan statistik Uji T serta Uji F. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan yang tidak diketahui jumlah pastinya dan pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 105 orang responden.

Penelitian ini mengaplikasikan model penelitian empiris dengan pendekatan survey dan dilihat dari sudut pandang sifat yang dihimpunnya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Variabel pada penelitian

ini terdiri dari variabel bauran pemasaran jasa dengan tujuh indikator (*product, price, place, promotion, people, physical evidence,* dan *process*) dan variabel kepuasan pengunjung. Seluruh indikator dirumuskan menjadi kuisioner penelitian dalam bentuk pertanyaan dan menggunakan skala Likert dengan level 5 pilihan.

Berdasarkan pada hasil perhitungan analisis regresi linier berganda, didapat nilai R Square (R^2) = 0,880. Hal ini berarti, indikator variabel X (bauran pemasaran jasa) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y (kepuasan pengunjung) sebesar 88% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 102,027. Hal ini menunjukan bahwa nilai dari F hitung>F tabel (102,027 >2,11), maka secara simultan bauran pemasaran jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil uji T menunjukan bahwa semua nilai T hitung > T tabel, sehingga secara parsial ada pengaruh signifikan antara bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pengunjung. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa hipotesis pada penelitian ini yang berbunyi “Bauran pemasaran jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Resort Natar Lampung Selatan” dapat diterima atau terbukti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process,* Kepuasan