

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA TAMAN WISATA MATAHARI

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor

RATNA LAELA SARI

0441 16 244



1276

	PERPUSTAKAAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR
Yg Terima :	
Judul Buku :	1276 / XI / FIS B / 2021
Kelas :	1276 RAT p 2020
nomor Buku :	

lumas

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
DESEMBER 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Ratna Laela Sari

NPM : 0441 16 244

Judul : Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung
Pada Taman Wisata Matahari

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Muslim, M.Si

NIP/NIK : 1.0909 048 513

Pembimbing II : Ratih Siti Aminah, M.Si

NIP/NIK : 1.0314 004 625

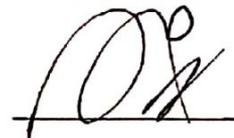
Pembaca : Ismail Taufik Rusfien, M.Si

NIP/NIK : 1.1215 047 681

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 27 September 2021

Oleh



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 196006071990092001



Ketua Program Studi,



Dr. Dwi Rini Sovia F., M.Comm
NIK : 1.0113 001607

ABSTRAK

Ratna Laela Sari. 044116244 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Matahari. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Muslim dan Ratih Siti Aminah.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik pengunjung Taman Wisata Matahari, bagaimana bauran promosi yang dilakukan serta seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan berkunjung pada Taman Wisata Matahari.

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus-Organisme-Respons) yaitu suatu rangsangan tertentu (stimuli) pada organisme dengan reaksi tertentu (respons). Dalam penelitian ini Bauran Promosi direpresentasikan sebagai *stimulus*, dilanjutkan dengan adanya terpaan promosi diharapkan membentuk kesadaran merek yang kuat dan persepsi positif dibenak khalayak sebagai *organisme*, diteruskan dengan seseorang yang memiliki persepsi merek akan menimbulkan keputusan berkunjung sebagai *respons*.

Adapun penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode survei eksplanatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung Taman Wisata Matahari. Teknik *sampling* adalah *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan menggunakan program *SPSS 23.0 for Windows*.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan pengaruh bauran promosi terhadap keputusan berkunjung pada Taman Wisata Matahari berpengaruh secara positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10.177 > 2.839$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui besarnya pengaruh variabel Bauran Promosi (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) adalah sebesar 51,4 persen. Sisanya sebesar 48,6 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Bauran Promosi, Keputusan Berkunjung.