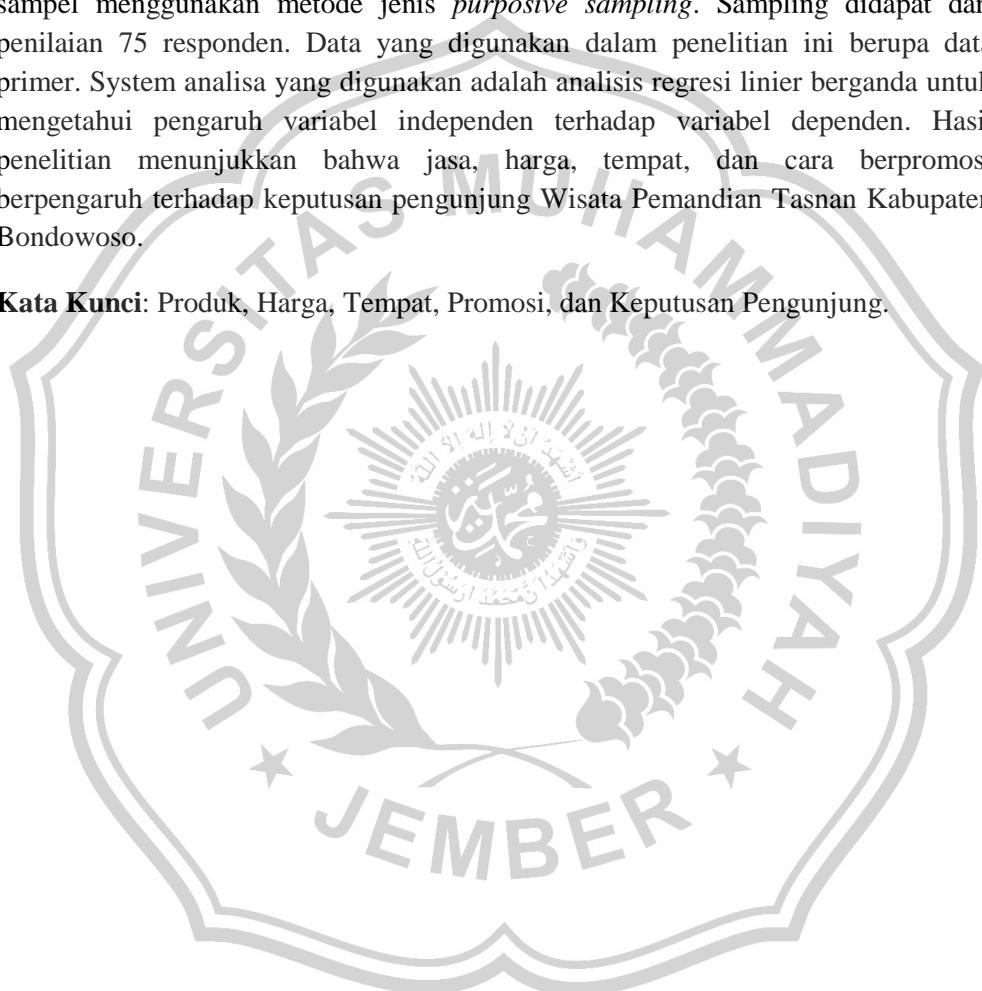


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi *marketing mix* terhadap keputusan pengunjung Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso. Populasi dari penelitian ini adalah pengunjung Objek Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso yang tidak bisa dihitung jumlahnya. Sampling Pengambilan sampel menggunakan metode jenis *purposive sampling*. Sampling didapat dari penilaian 75 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. System analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jasa, harga, tempat, dan cara berpromosi berpengaruh terhadap keputusan pengunjung Wisata Pemandian Tasnan Kabupaten Bondowoso.

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, dan Keputusan Pengunjung.



ABSTRACT

The purpose of this research to know the impact of the marketing mix strategy on the decision of visitors to the Tasnan Pool in Bondowoso Regency. The population of this research is the visitors of the Tasnan Pool, Bondowoso Regency, whose countless. The sampling using method Purposive Sampling. Sampling obtained from assessment 75 respondents. The data used in this study are primary data. The analysis system used is multiple linear regression analysis to know the effect of the independent variable on the dependent variable. The results showed that the product, price, place, and promotion influence the decision of visitors to the Tasnan Pool in Bondowoso Regency.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, and Purchase Decision.

