

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN DOMESTIK BERKUNJUNG KE KOTA PEKANBARU

Oleh

NIA LISNA

NPM : 145210673

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran promosi yang terdiri dari periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat (public relation) terhadap keputusan wisatawan domestik yang berkunjung ke Pasar Bawah dan Mesjid Agung An-Nur di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu bauran promosi dan keputusan berkunjung. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan kuantitatif, dengan sampel 50 responden. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan kuesioner, kemudian dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun pengaruh antar variabel diuji dengan menggunakan persamaan regresi dan koefisien korelasi. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah variabel bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap keputusan wisatawan domestik yang berkunjung ke Pasar Bawah dan Mesjid Agung An-Nur di Kota Pekanbaru

Kata Kunci : *Bauran promosi, Keputusan berkunjung, Wisatawan*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTIONAL MIX ON THE DECISION OF DOMESTIC TOURISTS VISITING THE CITY OF PEKANBARU

By

NIA LISNA

NPM : 145210673

The purpose of this determine effect of the promotional mix which consists of advertising, sales promotion, public relations to the decisions of domestic tourists who visit the lower market and Agung An-Nur mosque in Pekanbaru city. This study uses two variabels, namely promotion mix and visiting decision. This type of research is descriptive and quantitative, with a sample of 50 respondents. Data collection techniques with interviews and questionnaires, then tested for validity and reliability testing. As for the influence between variables tested by using the regression equation and correlation coefficient. The results obtained in this study are promotional mix variables consisting of advertising, sales promotion, and public relations simultaneously and partially significant influence on the decisions of domestic tourists visiting the lower market and the An-Nur Great Mosque in Pekanbaru city.

Keywords : *Promotion mix, Visit decision, Traveler*