

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA PARIWISATA DANAU HIJAU ULUBELU

Oleh:

LIZA NURHALIFA

2012110147

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Personal Selling*, *Advertising*, *Sales Promotion*, *Public Relation*, dan *Publicity* terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada Pariwisata Danau Hijau Ulubelu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda, dimana variabel independen adalah *Personal Selling*, *Advertising*, *Sales Promotion*, *Public Relation*, dan *Publicity*, sedangkan variabel dependen adalah Minat Berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t), *Personal Selling*, *Advertising*, dan *Public Relation* tidak berpengaruh terhadap Minat Berkunjung, sementara *Sales Promotion* dan *Publicity* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung. Secara simultan (uji F), semua variabel independent yaitu *Personal Selling*, *Advertising*, *Sales Promotion*, *Public Relation*, dan *Publicity* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung. Oleh karena itu, Pariwisata Danau Hijau disarankan untuk lebih memperhatikan penawaran paket wisata yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen, sehingga dapat meningkatkan minat berkunjung pada destinasi tersebut. Selain itu, penting untuk memberikan informasi yang jelas kepada konsumen agar dapat dipahami dengan mudah.

Kata Kunci: *Personal Selling*, *Advertising*, *Sales Promotion*, *Public Relation*, *Publicity*,
Danau Hijau, Ulubelu

ABSTRACT

EFFECT OF PROMOTIONAL MIX ON TOURIST VISITING INTEREST THE DANAU HIJAU ULUBELU

**By:
LIZA NURHALIFA**

This research aims to determine the effect of Personal Selling, Advertising, Sales Promotion, Public Relations, and Publicity on Tourist Visiting Interests at Danau Hijau Ulubelu. This research was quantitative research with a sample of 100 respondents selected through a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The data collected were analyzed using multiple linear regressions, where the independent variables included Personal Selling, Advertising, Sales Promotion, Public Relations and Publicity, while the dependent variable was Visiting Interest. The research results showed that partially (t-test), Personal Selling, Advertising and Public Relations do not affect Visiting Interest, while Sales Promotion and Publicity affect Visiting Interest. Simultaneously (F test), all independent variables are Personal Selling, Advertising, Sales Promotion, Public Relations, and Publicity affect Visiting interest. Therefore, Danau Hijau Ulubelu should be more Pay attention to tour package offers that can provide benefits for the consumers, thereby increasing interest in visiting that destination. In addition, it is important to provide clear information to consumers so it can be understandable.

Keywords: Personal Selling, Advertising, Sales Promotion, Public Relations, Publicity, Danau Hijau, Ulubelu.