

**PENGARUH PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN JASA SEBAGAI
KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP PROSES KEPUTUSAN WISATAWAN
MENGUNJUNGI OBJEK WISATA DI KOTA PADANG**

Oleh:

**Verinita, SE., MSi.
Ratni Prima Lita, SE.,MM**

Nomor Kontrak : 005/SP3/PP/DP2M/11/2006

RINGKASAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah:1) Untuk mengetahui bauran pemasaran jasa dan proses keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata di Kota Padang 2) Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap proses keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata di Kota Padang

Bentuk penelitian adalah deskriptif dan verifikatif dan ukuran sampel sebanyak 120 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan alat analisis yaitu Path Analysis

Hasil penelitian ditemukan bahwa, 1) bauran pemasaran jasa dan proses keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata dinilai cukup tinggi, dan 2) bauran pemasaran jasa terhadap berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap proses keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata di Kota Padang.