

Preferensi Wisatawan Dalam Berkunjung Berdasarkan Bauran Pemasaran Destinasi Wisata Pantai Mutun dan Sari Ringgung, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung = Tourist Preferences in Visiting Based on the Marketing Mix of Mutun and Sari Ringgung Beach Tourism Destinations, Pesawaran Regency, Lampung Province

Sharifa Rania, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920518674&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyaknya pilihan destinasi wisata seperti yang ada di Kecamatan Teluk Pandan akan mendorong terjadinya proses pemilihan destinasi yang akan dikunjungi. Dengan meneliti preferensi wisatawan dalam berkunjung berdasarkan Bauran Pemasaran destinasi wisata Pantai Mutun dan Sari Ringgung, dapat terlihat bauran pemasaran yang merupakan bagian dari karakteristik suatu destinasi wisata seperti apa yang diinginkan oleh wisatawan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bauran pemasaran yang dilihat oleh wisatawan sebagai dasar terhadap preferensi wisatawan dalam menentukan destinasi. Penelitian ini menggunakan variabel bauran pemasaran dan preferensi wisatawan. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dan observasi lapangan. Data-data yang digunakan dianalisis dengan analisis deskriptif dan analisis spasial komparatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Secara keseluruhan, Pantai Sari Ringgung memiliki bauran pemasaran yang baik, sedangkan bauran pemasaran Pantai Mutun memiliki bauran pemasaran yang cukup, dan bauran pemasaran mempengaruhi preferensi wisatawan dalam berkunjung.

.....The large number of choices of tourist destinations such as those in Teluk Pandan District will encourage the process of selecting destinations to be visited. By researching tourist preferences in visiting based on the Marketing Mix of the Mutun Beach and Sari Ringgung Beach tourist destinations, can be seen what kind of marketing mix which is part of the characteristics of a tourist destination tourists want. This research was conducted to find out the marketing mix seen by tourists as the basis for tourist preferences in choosing destinations when visiting. The variables used in this study are marketing mix and tourist preferences. The data used in this study are collected through the questionnaires, observation, and interviews. The data used were analyzed with descriptive analysis and comparative spatial analysis. The results obtained from this study are that overall, Sari Ringgung Beach has a good marketing mix, while Mutun Beach has an adequate marketing mix, and the marketing mix influences tourist preferences in visiting.