

ABSTRAKSI

Fenomena didalam dunia pariwisata semakin cepat berkembang. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan penelitian terhadap perilaku para konsumen maupun palanggan yang berkunjung di suatu tempat wisata. Kepuasan pelanggan penting diteliti karena merupakan aspek penting yang harus diperhatikan bagi perusahaan dibidang pariwisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah bauran pemasaran dapat berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan tempat wisata BJBR, dan untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen dapat merupakan mediasi antara bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan wisata BJBR

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata BJBR pada saat itu. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode accidental sampling yaitu pengambilan sampel secara kebetulan dan siapa saja orang yang berkunjung di wisata BJBR Probolinggo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan $< 5\%$ ($0,000 < 0,05$), maka variabel bauran pemasaran (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Z). Terdapat pengaruh langsung bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikan $< 5\%$ ($0,006 < 0,05$), maka variabel bauran pemasaran (X) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Terdapat pengaruh langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikan $< 5\%$ ($0,000 < 0,05$), maka variabel kepuasan konsumen (Z) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Terdapat pengaruh Bauran Pemasaran terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen secara tidak langsung, besarnya pengaruh tidak langsung yaitu sebesar $0,403 \times 0,591 = 0,238$.

Kata Kunci : bauran pemasaran, kepuasan konsumen, loyalitas pelanggan

