

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pembahasan pengaruh harga dan digital marketing terhadap kepuasan pengunjung dengan keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada Puncak Lawang. Metode yang digunakan *nonprobability sampling* yaitu pengunjung Puncak Lawang. Hasil penelitian didapatkan bahwa: terdapat pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung, digital marketing berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung, digital marketing berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung, keputusan berkunjung berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening, digital marketing berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung melalui keputusan berkunjung sebagai variabel intervening pada Puncak Lawang.

Kata kunci: Harga, *Digital Marketing*, Kepuasan Pengunjung, Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

This study aims to determine how much the discussion of the influence of price and digital marketing on visitor satisfaction with the decision to visit as an intervening variable at Puncak Lawang. The method used accidental sampling is Puncak Lawang visitors. The results of the study showed that: there is an influence of price on the decision to visit, digital marketing has a significant positive effect on the decision to visit, price has a positive insignificant effect on visitor satisfaction, digital marketing has a significant positive effect on visitor satisfaction, the decision to visit has a significant positive effect on visitor satisfaction, price has a positive and significant effect on visitor satisfaction through the decision to visit as an intervening variable, digital marketing has a positive and insignificant effect on visitor satisfaction through the decision to visit as an intervening variable at Puncak Lawang.

Keywords: Price, Digital Marketing, Visitor Satisfaction, Visiting Decision