

ABSTRAK

Indah Sari Marlinda, No. Bp 14101155310656, Manajemen, 2019, pengaruh promosi fasilitas wisata dan Harga terhadap kepuasan pengunjung pemandian air panas Gunung Talang Sumatera Barat. dibawah bimbingan Ibu Dessy Haryani, Se,MM,Ak,Ca dan Bapak Ronni Andri Wijaya, SE, MM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh promosi, fasilitas wisata dan harga terhadap kepuasan pengunjung pemandian air panas Gunung Talang Sumatera Barat. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi dan analisis korelasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa antara variabel, promosi, fasilitas wisata dan harga mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap variabel kepuasan pengunjung, secara bersama. Besarnya Adjusted R Square adalah 0,403. Hal ini berarti bahwa 40,3% variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas promosi, fasilitas wisata dan harga. Sedangkan sisanya 0,597 atau 59,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini. Dengan demikian penulis menyarankan kepada pihak pemandian air panas gunung talang agar, melakukan promosi secara optimal dan lebih modren mengikuti kebutuhan pengunjung serta meningkatkan dan melengkapi fasilitas penunjang wisata, memberikan harga yang seimbang dengan fasilitas dan kepuasan pengunjung.

Kata Kunci:, Promosi, Fasilitas dan Harga