

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Carocok Painan. Metode pengumpulan data melalui survei dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, analisis korelasi, analisis linier berganda, untuk uji hipotesis digunakan uji t dan uji f. Sampel perusahaan ini berjumlah 100 responden.

Berdasarkan penelitian yang didapatkan berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh : a) Promosi berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pengunjung. b) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pengunjung. c) Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pengunjung. Kemudian hasil uji Promosi ( $X_1$ ) 4,247 lebih besar dari t-tabel 1,984. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 nilai signifikansi Promosi ( $X_1$ ) 0,020. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) 0,341 lebih kecil dari t-tabel 1,984. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 nilai signifikansi Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) 0,734. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Loyalitas ( $X_3$ ) 6,638 lebih besar dari t-tabel 1,984. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05 nilai signifikansi Loyalitas ( $X_3$ ) 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengunjung. Nilai  $F_{hitung} = 53,051$  lebih besar dari  $F_{tabel} 3,09$  dengan signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan Promosi, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pengunjung.

**Kata Kunci** : Promosi, Kualitas Pelayanan, Loyalitas dan Kepuasan Pengunjung.

## ABSTRACT

*This research aims to find out how much influence the promotion, service quality and loyalty have on the visitor's satisfaction at the Carocok Painan tourism object. Methods of data collection through surveys and questionnaires. The analytical method used is the validity and reliability test, correlation analysis, multiple linear analysis, to test the hypothesis used the *t* test and *f* test. The sample of this company is 100 respondents.*

*Based on the research obtained based on the partial test (*t* test), it was found that: a) Promotion has a positive and significant effect on Visitor Satisfaction. b) Service Quality has a positive and significant effect on Visitor Satisfaction. c) Loyalty has a positive and significant effect on Visitor Satisfaction. Then the results of the Promotion test (*X1*) 4.247 are greater than *t*-table 1.984. By using a significant limit of 0.05 the significance value of Promotion (*X1*) is 0.020. So it can be concluded that partially Promotion has a significant effect on Visitor Satisfaction. Service Quality (*X2*) 0.341 is smaller than *t*-table 1.984. By using a significant limit of 0.05, the significance value of Service Quality (*X2*) is 0.734. So it can be concluded that partially Service Quality has no significant effect on Visitor Satisfaction. Loyalty (*X3*) 6.638 is greater than *t*-table 1.984. By using a significant limit of 0.05, the significance value of Loyalty (*X3*) is 0.000. So it can be concluded that partially Loyalty has a significant effect on Visitor Satisfaction. The value of *F*count = 53.051 is greater than *F*table 3.09 with a significant amount of  $0.000 < 0.05$ . So it can be concluded that simultaneously Promotion, Service Quality and Loyalty together on Visitor Satisfaction.*

**Keywords:** *Promotion, Quality of Service, Loyalty and Visitor Satisfaction.*