

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara Marketing mix (Bauran pemasaran) yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan. Hipotesis yang diajukan dari perumusan masalah tersebut adalah terdapat pengaruh antara Marketing mix terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pengunjung wisata Owabong. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden sebagai sampel penelitian. Sampel diambil dengan metode purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang valid dan reliabel kemudian dilakukan analisis data dan uji hipotesis menggunakan software SPSS. Hasil analisis data diketahui bahwa Marketing mix berpengaruh terhadap loyalitas kunjungan wisatawan melalui kepuasan wisatawan di Owabong Purbalingga.

Kata kunci: Marketing Mix, Kepuasan, Loyalitas