

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Bauran Pemasaran, Faktor Psikologi dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan wisatawan mengunjungi obyek wisata Goa Jlamprong Yogyakarta. Subyek penelitian ini adalah wisatawan yang pernah melakukan kegiatan susur goa di Goa Jlamprong. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 42 responden yang dipilih dengan metode *non probably sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling*, alat analisis yang digunakan adalah Analisis deskriptif dan Uji hipotesis yang digunakan adalah Uji F dan Uji t..

Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh hasil Bauran Pemasaran secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Faktor Psikologi secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Lingkungan Sosial secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Faktor Psikologi, Lingkungan Sosial, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The Study Aims To Analyze The Influence of Marketing Mix, Psychology Factor, and Social Environmental on the Decision of tourist visit the cave Jlamprong Yogyakarta. The subject in this study was tourist who was explore at cave Jlamprong Yogyakarta. In this study, sample of 42 respondents were selected using non probably sampling metode with purposive sampling technique. Analysis tool used in this study is descriptive analysis and hypothesis testing used is F test and t test.

Based on the analysis that have been made the results are the Marketing Mix significantly influence Purchase Decision , Psychology Factor significantly influence Purchase Decision, and Social Environmental significantly influence Purchase Decision.

Keywords : Marketing Mix Strategy, Psychology Factor, Social Environmental, Purchase Decision.