

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh produk wisata, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Puri Maerokoco. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Puri Maerokoco.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan objek wisata Puri Maerokoco. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang mengunjungi Puri Maerokoco. Metode penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner, kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui *software SPSS 22*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang meliputi produk wisata, persepsi harga dan promosi berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan berkunjung yang dilakukan dengan menggunakan uji t. Kemudian melalui uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen layak untuk menguji variabel dependen. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,393 yang menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan 39,3% variabel dependen yaitu keputusan berkunjung, sedangkan sisanya sebesar 60,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Produk wisata, persepsi harga, promosi dan keputusan berkunjung