ABSTRAK

Perkembangan industri pariwisata saat ini tumbuh sangat pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat di antara industri pariwisata itu sendiri. Berbagai upaya dilakukan baik bagi pemerintah maupun perusahaan jasa di bidang terkait untuk mempertahankan agar tetap menjadi pilihan bagi wisatawan khususnya wisatawan asing agar menjadi konsumen yang loyal. Oleh karenanya, perlu diketahui bahwa setiap wisatawan memiliki pandangan atau persepsi yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini, penyusun berusaha menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan asing untuk berlibur di Kota Semarang, yang meliputi variabel produk, tempat, harga, dan promosi (*marketing mix*).

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan asing yang berada di Semarang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan membagi kuesioner kepada responden untuk diisi. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian ini adalah variabel produk, harga, tempat, dan promosi (*marketing mix*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan asing untuk berlibur ke Kota Semarang.

Kata Kunci : Keputusan Wisatawan Asing Berlibur ke Semarang, Produk, Tempat, Harga, Promosi.