

ABSTRAK

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI WISATAWAN PADA PRODUK OLAHAN PERIKANAN DI OWEN PUSAT OLEH-OLEH PANGANDARAN

Oleh

Fayzal Nurpratama

225009116

Dosen Pembimbing:

Riantin Hikmah Widi

Hendar Nuryaman

Sektor pariwisata di Kabupaten Pangandaran memberikan peluang strategis bagi pengembangan agribisnis pengolahan hasil perikanan, namun fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan serta persaingan bisnis yang ketat menjadi tantangan bagi keberlangsungan usaha. Owen Pusat Oleh-Oleh sebagai salah satu ritel terbesar menghadapi kendala operasional berupa ketimpangan kunjungan antara hari kerja dan akhir pekan serta masalah antrean pada proses pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gambaran bauran pemasaran di Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran, menganalisis gambaran minat beli wisatawan pada produk olahan perikanan di Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran, serta menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli wisatawan di Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *accidental sampling* terhadap 70 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian secara deskriptif menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berada pada kategori sangat baik, namun variabel promosi mendapatkan kategori sangat buruk dari wisatawan. Sementara itu, gambaran minat beli wisatawan secara deskriptif berada pada kategori sangat baik. Adapun pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli secara simultan terbukti berpengaruh signifikan. Secara parsial, hanya variabel tempat dan bukti fisik yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Variabel bukti fisik menjadi faktor paling dominan, yang menunjukkan bahwa kebersihan, kenyamanan, dan penataan toko menjadi pertimbangan utama wisatawan saat berkunjung ke Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran di tengah ketatnya persaingan pasar.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Minat Beli, Olahan Perikanan, Pangandaran.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON TOURIST PURCHASE INTENTION OF PROCESSED FISHERY PRODUCTS AT OWEN SOUVENIR CENTER PANGANDARAN

By

Fayzal Nurpratama

225009116

Supervisor:

Riantin Hikmah Widi

Hendar Nuryaman

The tourism sector in Pangandaran Regency provides a strategic opportunity for the development of fisheries processing agribusiness, yet fluctuations in tourist arrivals and intense business competition pose challenges to business sustainability. As one of the largest retail outlets, Owen Pusat Oleh-Oleh faces operational constraints in the form of imbalances in visitor numbers between weekdays and weekends, as well as queuing issues in the service process. This study aims to analyze the profile of the marketing mix at Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran, analyze the profile of tourist purchase intention for processed fishery products at Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran, and analyze the effect of the marketing mix on tourist purchase intention at Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran. The research method used is a survey with a descriptive quantitative approach. Sampling was conducted through an accidental sampling technique involving 70 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The descriptive results indicate that the marketing mix variables are generally in the very good category, although the promotion variable received a very poor rating from tourists. Meanwhile, the descriptive profile of tourist purchase intention falls into the very good category. Furthermore, the simultaneous effect of the marketing mix on purchase intention is proven to be significant. Partially, only the place and physical evidence variables have a significant effect on purchase intention. The physical evidence variable emerges as the most dominant factor, indicating that cleanliness, comfort, and store layout are the primary considerations for tourists when visiting Owen Pusat Oleh-Oleh Pangandaran amidst intense market competition.

Keywords: Marketing Mix, Purchase Intention, Processed Fishery Products, Pangandaran.