

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pengunjung Desa Wisata Kampung Patin Riau, dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa masih kurangnya hasil dari promosi untuk meningkatkan minat pengunjung untuk datang ke Desa Wisata Kampung Patin Riau.

Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling yaitu *simple random sampling*. Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu proses pengambilan sampel anggota dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan tingkat keseluruhan dalam populasi tersebut. Jumlah pasti populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti karena jumlahnya berubah-ubah. Maka Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan rumus dari Lemeshow, kemudian diperoleh sampel sebanyak 96,4 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Pada penelitian ini dengan hasil pengujian hipotesis dengan uji t, diperoleh hasil $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$ ($2,936 > 1,985$) dan signifikansi $0.004 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari bauran promosi terhadap minat pengunjung pada Desa Wisata Kampung Patin. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Indriastuty (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari bauran promosi terhadap minat berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Pengaruh Bauran Promosi terhadap Minat Pengunjung Desa Wisata Kampung Patin", maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut: Variabel bauran promosi (X) termasuk ke dalam kategori sangat baik dengan presentase sebesar 85%. Hal ini menunjukkan bahwa bauran promosi yang digunakan oleh pihak Desa Wisata Kampung Patin sudah efektif untuk menarik pengunjung, Variabel minat (Y) termasuk ke dalam kategori sangat baik dengan presentase sebesar 84,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat minat yang besar pada Desa Wisata Kampung Patin, Hasil koefisien determinasi yang ditunjukkan pada hasil R square sebesar 0,113 atau 11,3%, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 11,3% kontribusi pengaruh dari variabel bauran promosi terhadap variabel minat pengunjung, sedangkan sisanya sebesar 88,7% merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Bauran promosi, *minat pengunjung*, *pemasaran*