

ABSTRAK

Fuji Hasayansu (1148020121): “Pengaruh *Physical Evidence*, *Price* Dan *Place* Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Wisata Kampung Cai Rancaupas Bandung)”

Penelitian ini di latar belakang oleh adanya masalah yaitu terdapat loyalitas wisatawan Kampung Cai Rancaupas Bandung yang tingkat kunjungannya dari bulan Januari-Juni 2017 mengalami fluktuatif wisatawan baik dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara diduga karena adanya beberapa faktor yang ada di *Physicalevidence*, *Price*, *Place* yang mempengaruhi adanya penurunan dari jumlah kunjungan wisatawan Kampung Cai Rancaupas Bandung.

Penelitian ini menggunakan beberapa teori yaitu mengenai Manajemen yang dikutip dari George R. Terry dalam bukunya dasar-dasar Manajemen, *Physicalevidence*(X1) diambil dari Zeithaml dan Bitner dalam bukunya *Services Marketing*, *Price*(X2) diambil dari Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran, *Place*(X3) diambil dari Tjiptono dalam bukunya *Service, Quality & Satisfaction*, Loyalitas Wisatawan (Y) diambil dari Jill Griffin dalam bukunya *Customer Loyalty*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *Physicalevidence* terhadap loyalitas wisatawan, (2) pengaruh *Price* terhadap loyalitas wisatawan, (3) pengaruh *Place* terhadap loyalitas wisatawan, (4) pengaruh *Physicalevidence*, *Price*, *Place* secara simultan terhadap Loyalitas Wisatawan.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Kampung Cai Rancaupas Bandung yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cluster Sampling* / Area Sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial, uji simultan, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi.

Hasil analisis data dalam penelitian ini bahwa Variabel *Physicalevidence*(X1) berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan (Y). *Price*(X2) tidak berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan (Y). *Place*(X3) berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan (Y). *Physicalevidence*, *Price*, *Place* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan dengan nilai F hitung sebesar 26,54. Jadi besarnya pengaruh *Physical Evidence* (X1), *Price*(X2), *Place* (X3) secara simultan terhadap Loyalitas Wisatawan (Y) adalah 26,54% dan besarnya variabel lain adalah 73,46%.

Kata Kunci : *Physical Evidence*, *Price*, *Place* dan Loyalitas Wisatawan