

**PENGARUH PRODUK WISATA, *PHYSICAL EVIDENCE*, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG SETELAH  
PANDEMI DI PAMANDIAN AIR  
PANAS SUNGAI MEDANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi**



Di Susun Oleh:  
**RIDWAN ILHAM**  
NPM: 1810061201045

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SUNGAI PENUH  
2023**

**PENGARUH PRODUK WISATA, *PHYSICAL EVIDENCE*, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
SETELAH PANDEMI DI PEMANDIAN AIR  
PANAS SUNGAI MEDANG**

RIDWAN ILHAM

Pembimbing Utama : Dr. INDRA BUDAYA, S.E.,M.M

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Produk wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di pemandian air panas sungai medang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan memberikan kuesioner kepada responden. 2) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil kajian mengenai: Physical evidence yang terdiri dari facility exterior (fasilitas eksterior), facility interior (fasilitas interior) dan other tangibles pada objek wisata Pemandian Air Panas sungai medang. 3) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, terhadap keputusan berkunjung di pemandian air panas sungai medang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner di objek wisata pemandian air panas sungai medang. Nilai signifikansi dari Promosi sebesar  $0,000 < 0,005$  dengan ini dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Berkunjung

***Kata Kunci : Produk Wisata, Physical Evidence, Promosi , dan Keputusan Berkunjung***

***THE EFFECT OF TOURISM PRODUCTS, PHYSICAL EVIDENCE, AND  
PROMOTIONS ON VISITING DECISIONS  
AFTER THE PANDEMIC IN THE WATERSHOP  
HEAT RIVER MEANG***

***RIDWAN ILHAM***

***Main Supervisor : Dr. INDRA BUDAYA, S.E.,M.M***

***Study Program : Marketing Management***

***Sakti Alam Kerinci School of Economics, Sungai Penuh***

***ABSTRAK***

*This study aims to determine: 1) Tourism products have a positive effect on the decision to visit the hot springs of the Medang river. The type of research used in this research is quantitative method by giving questionnaires to respondents. 2) The purpose of this study is to obtain the results of studies regarding: Physical evidence consisting of facility exterior (exterior facilities), interior facilities (interior facilities) and other tangibles at the Medang hot water bath tourist attraction. 3) This study aims to determine the effect of promotion on decisions visit the hot springs of the Medang river. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires at the Medang river hot spring tourist attraction. The significance value of the Promotion is  $0.000 < 0.005$ . It can be concluded that the Promotion has a significant effect on the Visiting Decision.*

***Key words : travel products, physical evidence, promotion, and visit decision***



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI



STIE

SAKTI ALAM KERINCI

SUNGAI PENUH