# **ABSTRAK**

Gorontalo merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak destinasi wisata seperti pulau cinta, pulau saronde, hutan pinus, danau limboto dan masih banyak lagi. Destinasi wisata ini bertujuan untuk memperkenalkan wisata yang ada di tempat tersebut dan juga dapat meningkatkan perekonomian ditempat tersebut.

Waterboom Tiara Park Gorontalo merupakan salah satu destinasi wisata yang berada didaerah perkotaan. Tiara waterpark merupakan destinasi wisata pertama di kota Gorontalo dan memiliki wahana air yang menarik untuk dikunjungi. Tetapi, saat ini pengunjung tiara Park mulai berkurang dikarenakan sudah banyak destinasi yang ada di Gorontalo selain itu fasilitas dan sarana prasarana yang ditawarkan juga sudah lama sehinnga membuat pengunjung yang datang di Tiara Park sudah mulai berkurang.

Dalam meningkatkan pengunjung, Waterboom Tiara melakukan pengoptimalan terhadap sarana prasarana yang tersedia. Pengoptimalan sarana prasarana tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat sehingga dapat bersaing dengan tempat wisata lainnya. selain itu, penyusunan strategi pemasaran juga harus mempertimbangkan program periklanan dan perlu adanya evaluasi terhadap kegiatan promosi yang dilakukan antara perusahaan dan konsumen. Kegiatan periklanan dan promosi sangat penting dalam menjalankan strategi pemasaran karena hal tersebut merupakan media komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Dengan adanya kegiatan tersebut dapat memudahkan konsumen untuk mengetahui dan mendapatkan informasi tentang tempat wisata waterpark.

Adapaun penelitian ini memiliki beberapa tujuan yaitu menganalisis bagaimana bauran pemasaran jasa yang diterapkan pada Waterboom Tiara Park, Kondisi kepuasan konsumen pada Waterboom Tiara Park, pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen Waterboom tiara Park serta hambatan-hambatan yang dihadapi pada saat pelaksanaan bauran pemasaran. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Waterboom Tiara Park dengan jumlah sampel yang diambil yaitu 60 responden. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, wawancara dan angket.

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa Bauran pemasaran jasa yang diterapkan di Waterboom Tiara Park Gorontalo meliputi harga, produk, partisipan, lokasi, promosi, proses dan bukti fisik. Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berarti jika variabel bauran pemasaran semakin tinggi akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh bahwa Bauram Pemasaran jasa berpengaruh positif terhadap kepuasaan konsumen waterboon tiara park gorontalo dengan nilai 97%.

Kata Kunci : *Bauran Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Destinasi Wisata*

# **ABSTRACT**

Gorontalo is one of the provinces that has many tourist destinations such as the island of love, the island of Saronde, the pine forest, the Limboto lake and many more. This tourist destination aims to introduce tourism in the place and can also improve the economy of the place.

Waterboom Tiara Park Gorontalo is one of the tourist destinations in urban areas. Tiara waterpark is the first tourist destination in the city of Gorontalo and has interesting water rides to visit. However, currently the number of visitors to Tiara Park is starting to decrease because there are already many destinations in Gorontalo besides the facilities and infrastructure offered for a long time so that the number of visitors who come to Tiara Park has begun to decrease.

In increasing visitors, Waterboom Tiara optimizes the available infrastructure. Optimizing these infrastructure facilities is intended to improve services to the community so that they can compete with other tourist attractions. In addition, the preparation of marketing strategies must also consider advertising programs and it is necessary to evaluate promotional activities carried out between companies and consumers. Advertising and promotion activities are very important in carrying out marketing strategies because they are a medium of communication between companies and consumers. With these activities, it can make it easier for consumers to find out and get information about waterpark attractions.

This research has several objectives, namely to analyze how the service marketing mix is ​​applied to Waterboom Tiara Park, the condition of customer satisfaction at Waterboom Tiara Park, the effect of the service marketing mix on Waterboom Tiara Park's customer satisfaction and the obstacles faced during the implementation of the marketing mix. The population in this study were all consumers of Waterboom Tiara Park with the number of samples taken, namely 60 respondents. The data collection methods used are observation, interviews and questionnaires.

Based on the data obtained, the service marketing mix implemented at Waterboom Tiara Park Gorontalo includes price, product, participants, location, promotion, process and physical evidence. The results of data analysis also show that the marketing mix variable has a significant effect on consumer satisfaction, which means that the higher the marketing mix variable will have a positive effect on consumer satisfaction. This is supported by the results obtained that the service marketing Bauram has a positive effect on consumer satisfaction for waterboon tiara park gorontalo with a value of 97%.

Keywords: *Marketing Mix, Consumer Satisfaction, Water Tourism*

**ABSTRAK**

Salah sahiji wahana cai di Gorontalo nyaéta Waterboom Tiara Park Gorontalo. Tiara waterpark mangrupikeun tujuan wisata munggaran di kota Gorontalo sareng gaduh wahana cai anu pikaresepeun pikeun didatangan. Dina ngaronjatkeun layanan ka sémah, Waterboom Tiara ngaoptimalkeun infrastruktur sadia. Ngaoptimalkeun sarana prasarana ieu dimaksudkeun pikeun ngaronjatkeun palayanan ka masarakat sangkan bisa bersaing jeung tempat wisata séjénna. Sajaba ti éta, persiapan strategi marketing ogé kudu mertimbangkeun program iklan jeung perlu evaluate kagiatan promosi dilaksanakeun antara pausahaan jeung konsumén. Kagiatan iklan jeung promosi penting pisan dina ngalaksanakeun stratégi pamasaran sabab mangrupa média komunikasi antara pausahaan jeung konsumen. Ku ayana kagiatan ieu, bisa ngagampangkeun konsumén pikeun mikanyaho jeung meunangkeun informasi ngeunaan tempat wisata waterpark.

Ieu panalungtikan miboga sababaraha tujuan, nya éta pikeun nganalisis kumaha bauran pamasaran anu dilarapkeun kana Waterboom Tiara Park, kaayaan kapuasan customer di Waterboom Tiara Park, pangaruh bauran pamasaran kana kapuasan customer di Waterboom Tiara Park jeung halangan-halangan anu disanghareupan salila palaksanaan bauran pamasaran. Populasi dina ieu panalungtikan nya éta sakabéh konsumen Waterboom Tiara Park kalawan jumlah sampel anu dicokot, nya éta 60 réspondén. Métode ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta obsérvasi, wawancara jeung angkét.

Dumasar kana data anu dimeunangkeun, bauran pemasaran anu diterapkeun di Waterboom Tiara Park Gorontalo ngawengku harga, produk, pamilon, lokasi, promosi, prosés jeung bukti fisik. Hasil analisis data ogé nuduhkeun yén variabel bauran pamasaran miboga pangaruh anu signifikan kana kasugemaan konsumen, hartina leuwih luhur variabel bauran pemasaran bakal mangaruhan kana kasugemaan konsumen. Hal ieu dirojong ku hasil anu dimeunangkeun yen Bauram Marketing boga pangaruh positif kana kapuasan konsumen pikeun waterboon tiara taman gorontalo kalawan nilai 97%.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Kapuasan Konsumén, Wisata Cai