

Abstrak

Skripsi ini disusun oleh **Nadilla Permata Putri** dengan NIM 3521009, Program Study Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Skripsi Ini Berjudul “**Analisis Bauran Promosi Objek Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan ke Pemandian Mato Aia Nagari Paninggahan Kec. Junjung Sirih Kab. Solok, Sumatra Barat**”.

Terjadinya penurunan pada tingkat jumlah kunjungan kerana promosi yang dilakukan oleh pemandian Mato Aia masih kurang optimal yang menyebabkan pemandian ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat Sumatra Barat maupun luar Sumatra Barat. Berdasarkan informasi dari pengelola, pemandian Mato Aia sudah memiliki akun media sosial akan tetapi sedikitnya postingan yang di upload dan kurangnya pengalaman pengelola dalam menggunakan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bauran promosi yang diterapkan oleh pengelola objek wisata Pemandian Mato Aia dan sejauh mana efektivitas promosi tersebut dalam menarik minat kunjungan wisatawan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pengelola, pemuda-pemudi, masyarakat, dan pengunjung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dengan teknik analisis data; Reduksi data, Penyajian data dan Penarikan kesimpulan. Teknik pengumpulan data yaitu; dari observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pengelola, pemuda-pemudi paninggahan, masyarakat sekitar dan pengunjung pemandian Mato Aia.

Hasil penelitian menunjukan bahwasanya dari 130 total jawaban yang di berikan didapatkan 12 jawaban (9,2%) menyatakan kinerja promosi “Baik”, . Sebanyak 71 jawaban (54,6%) menyatakan kinerja promosi berada di kategori “Sedang” dan 47 jawaban (36,2%) menyakatakan kinerja promosi berada di kategori “Buruk”. Mayoritas kinerja promosi berada dalam kategori “Sedang”(54,6%), artinya kegiatan promosi yang dilaksanakan di Pemandian Mato Aia ini tidak maksimal. Ini menunjukan bahwa kenerja promosi masih perlu ditingkatkan untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Pemandian Mato Aia, Efektivitas Promosi, Metode Kualitatif.