

ABSTRAK

Mohammad Zulkifli, Pengaruh Promosi, Motivasi, Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Wisata Pantai Lombang Kab.Sumenep)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh promosi, motivasi, dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di wisata Pantai Lombang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam menentukan sampel data yang didapat dengan menyebarkan kuesioner pada pengunjung sebanyak 60 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) promosi, motivasi, dan citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Pantai Lombang. Secara individu (parsial) diketahui promosi, motivasi, dan citra destinasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung di wisata Pantai Lombang.

Kata Kunci: Promosi, Motivasi, Citra Destinasi dan Keputusan Berkunjung.

ABSTRACT

Mohammad Zulkifli, The Influence of Promotion, Motivation, and Destination Image on Visiting Decisions (Lombang Coastal Tourism Study, Sumenep Regency)

This study aims to determine and analyze the effect of promotion, motivation, and destination image on the decision to visit Lombang Beach tourism. This research uses quantitative research methods using primary and secondary data. Using purposive sampling technique in determining the sample data obtained by distributing questionnaires to visitors of 60 respondents.

The results of this study indicate that together (simultaneously) promotion, motivation, and destination image have a significant effect on the decision to visit Lombang beach tourism. Individually (partially) it is known that promotion, motivation, and destination image have a positive effect on the decision to visit Lombang Beach tourism.

Keywords: Promotion, Motivation, Destination Image and Visit Decision.