

ABSTRAK

Nurul Izzah Tamami, Pengaruh strategi promosi media sosial terhadap minat wisatawan pada destinasi wisata dermaga rindu . Dibawah bimbingan Ibu Nirma Kurriwati, S.P., M.Si.

Pertumbuhan dan perkembangan industri bidang wisata di Indonesia Sangat pesat dan cepat, meningkatnya pendirian wisata bermunculan yang menyebar dimana-mana dengan keunggulan dan kelebihan masing-masing. Semakin banyak wisata maka juga semakin ketat persaingan membuat para pelaku bisnis harus memiliki promosi yang tepat.

Tempat penelitian ini berada di Desa Kesek Kecamatan Labang, wisata ini merupakan wisata unik yang berada di kabupaten Bangkalan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat wisatawan, untuk mengetahui pengaruh promosi secara simultan terhadap minat wisatawan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survei dan kuesioner. Sampel penelitian adalah sebanyak 100 orang dan data yang dikumpulkan adalah primer serta sekunder. Hasil dari penelitian ini adalah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan.

Kata Kunci: strategi promosi, minat wisatawan

ABSTRACT

Nurul Izzah Tamami, The effect of social media promotion strategies on tourist interest in the longing pier tourist destination. Under the guidance of Mrs. Nirma Kurriwati, S.P., M.Sc.

The growth and development of the tourism industry in Indonesia is very fast and fast, increasing the tendency for tourism to develop everywhere with their respective advantages and disadvantages. The more tours there are, the more intense the competition makes business people have to have the right promotion. The location of this research is in Kesek Village, Labang District, this tour is a unique tour in Bangkalan district.

This study aims to determine the effect of promotional strategies on tourist interest, to determine the effect of simultaneous promotional strategies on tourist interest. The type of research used is quantitative using survey and questionnaire methods. The research sample is 100 people and the data collected is primary and secondary. The result of this study is that the promotion strategy has a significant effect on tourist interest

Keywords: promotion strategy, tourist interest