

ABSTRACT

Shela Dwi Arini, the influence of attractiveness and promotion on tourist visiting decisions. Under the guidance of Hadi Purnomo, S.E., M.M. S1 Management Study Program, Trunojoyo University Madura.

The purpose of this research is to know whether or not the influence of attractiveness and promotion on the decision to visit tourists to the Orange Cave, Kebonagung Village, Sumenep Regency both partially and simultaneously. This research was conducted with quantitative methods through the analysis used is multiple linear regression analysis. The data used in this study is primary data obtained from distributing questionnaires directly online which contains several statements to be answered by respondents. The population in this study is the Sumenep community with the sampling technique used is purposive sampling method and obtained a sample size of 100 respondents, namely tourists who visit Goa Jeruk at least 1 time and are 17 years old and above. Hypothesis testing used is by multiple linear regression analysis through the F test, the coefficient of determination test and the t test.

The results of this study indicate that 1) attractiveness has a positive and significant effect partially on the decision to visit Orange Cave. 2) Promotion has a positive and significant effect partially on the decision to visit Orange Cave. 3) attractiveness and promotion have a positive and significant effect simultaneously on the decision to visit Goa Jeruk.

Keywords: *Attraction, Promotion, Tourist Visit Decision.*

ABSTRAK

Shela Dwi Arini, pengaruh daya tarik dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Di bawah bimbingan Hadi Purnomo, S.E., M.M. Program Studi S1 Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh daya tarik dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Goa Jeruk Desa Kebonagung Kabupaten Sumenep baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif melalui analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner langsung secara online yang berisi beberapa pernyataan untuk dijawab oleh responden. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Sumenep dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden yaitu wisatawan yang mengunjungi Goa Jeruk minimal 1 kali dan berusia 17 tahun keatas. Pengujian hipotesis yang digunakan yaitu dengan analisis regresi linear berganda melalui uji F, uji koefisien determinasi dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) daya tarik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung ke Goa Jeruk. 2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan berkunjung ke Goa Jeruk. 3) daya tarik dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan berkunjung ke Goa Jeruk.

Kata Kunci: *Daya Tarik, Promosi, Keputusan Berkunjung Wisatawan*