

PENGARUH *PLACE* DAN *PROMOTION EVENT BANYUWANGI ETHNO CARNIVAL (BEC)* TERHADAP KEPUTUSAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE KABUPATEN BANYUWANGI

Oleh

Dedi Yusuf, NIM 2117041257

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *place* dan *promotion event* terhadap keputusan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini dimaksudkan untuk menawarkan perspektif baru bagi pengelola *event Banyuwangi Ethno Carnival (BEC)* untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan. Populasi dari penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke BEC. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan kuesioener dari 140 wisatawan yang berkunjung di BEC Kabupaten Banyuwangi. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *place* dan *promotion event* berpengaruh signifikan terhadap keputusan kunjungan. *Place* berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan kunjungan. *Promotion event* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan kunjungan. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman kepada pengelola *event* tentang pentingnya menjaga sinergi antara kualitas lokasi dan efektivitas promosi dalam membentuk keputusan wisatawan.

Kata kunci: keputusan kunjungan, *place*, *promotion event*

**THE INFLUENCE OF PLACE AND PROMOTION ON THE
BANYUWANGI ETHNO CARNIVAL (BEC) EVENT ON TOURISTS'
VISIT DECISIONS TO BANYUWANGI REGENCY**

By

Dedi Yusuf, NIM 2117041257

Department of Management

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of place and promotion of the Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) event on tourists' visit decisions to Banyuwangi Regency. This research is intended to provide a new perspective for event organizers in enhancing tourists' visit decisions. The population of this study consists of tourists who visited the BEC event. The sampling technique used was simple random sampling. Data were collected through questionnaires distributed to 140 tourists attending the Banyuwangi Ethno Carnival in Banyuwangi Regency. Multiple linear regression analysis was employed to analyze the data using SPSS version 25. The results indicate that place and event promotion simultaneously have a significant effect on visit decisions. However, partially, place does not have a significant effect on visit decisions, while event promotion has a positive and significant effect on visit decisions. These findings provide insight for event organizers on the importance of maintaining synergy between location quality and promotional effectiveness in shaping tourists' visit decisions.

Keywords: *visit decision, place, event promotion*

