

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE MAHA GANGGA VALLEY

Oleh:

Agus Made Surya Suwastika, NIM 2217041173

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Sektor Pariwisata menjadi pemegang peran sentral dalam menyumbang PDB dan pertumbuhan sektor tertinggi dalam hitungan tahunan Provinsi Bali. Pariwisata di Bali tersebar di berbagai daerah dan setiap pariwisata memiliki keunikan dan ciri khasnya masing-masing, salah satunya di Kabupaten Karangasem. Pesatnya perkembangan sektor pariwisata, membuat Bali terlalu berketergantungan dengan sektor ini. Pentingnya sektor pariwisata bagi perekonomian Bali bisa terlihat selama masa pandemi Covid-19, dimana sektor pariwisata dan perekonomian Bali mengalami tekanan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif kausal. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana daya tarik wisata dan promosi berpengaruh terhadap niat berkunjung wisatawan ke Maha Gangga Valley. Teknik pengambilan data dilakukan melalui metode *sampling* dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dimana penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Jumlah responden valid dalam penelitian ini yaitu 130 responden. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda, serta untuk uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung wisatawan ke Maha Gangga Valley. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung wisatawan ke Maha Gangga Valley.

Kata kunci: Daya Tarik Wisata, Promosi, Niat Berkunjung, Wisata, Wisatawan

THE EFFECT OF TOURIST ATTRACTIONS AND PROMOTION ON TOURISTS' VISIT INTENTION TO MAHA GANGGA VALLEY

By:

Agus Made Surya Suwastika, NIM 2217041173

Management Major

ABSTRACT

The tourism sector plays a central role in contributing to Bali Province's GDP and the highest annual growth sector. Tourism in Bali is spread across various regions, each with its own unique characteristics, one of which is Karangasem Regency. The rapid development of the tourism sector has made Bali overly dependent on this sector. The importance of the tourism sector to the Balinese economy was evident during the Covid-19 pandemic, when both the tourism sector and the Balinese economy experienced pressure. This research is a quantitative study using a causal associative research method. The purpose of this study is to determine the extent to which tourist attractions and promotions influence tourists' intention to visit Maha Gangga Valley. Data collection was carried out through a sampling method by distributing questionnaires. The sample used was non-probability sampling with a purposive sampling method, where the sample is determined based on certain criteria. The number of valid respondents in this study was 130 respondents. The collected data will be analyzed using multiple linear regression techniques, and for hypothesis testing using t-tests and f-tests. The results show that tourist attractions and promotions have a positive and significant effect on tourists' intention to visit Maha Gangga Valley. Simultaneously, both variables have a significant effect on tourists' intention to visit Maha Gangga Valley.

Keywords: *Tourist Attraction, Promotion, Intention to Visit, Tourism, Tourists*