

**PENGARUH DESTINATION IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN WISATAWAN BERKUNJUNG UNTUK BERWISATA DI
KAWASAN BUKIT CINANGKIAK SOLOK**

Nadia Nora Shita¹, Irda², Lindawati³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

Email : nadianoraaa@gmail.com , irda1987@yahoo.com ,
lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh destination image dan promosi terhadap keputusan berkunjung untuk berwisata di kawasan Bukit Cinangkiak Solok. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Bukit Cinangkiak Solok yang berjumlah 100 orang dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dari hasil penyebaran kuisioner. Metode analisa yang digunakan adalah analisi regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa destination image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada objek wisata Bukit Cinangkiak Solok, sementara promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada Objek Wisata Bukit Cinangkiak Solok.

Kata kunci: Destination Image, Promosi dan Keputusan berkunjung

***THE EFFECT OF DESTINATION IMAGE AND PROMOTION ON
TOURISM VISIT TO DECISION DECISIONS IN KAWASAN BUKIT
CINANGKIAK SOLOK***

Nadia Nora Shita¹, Irda², Lindawati³

Student Department of Management Faculty of Economics, Bung Hatta University

*Lecture Department of Management Faculty of Economics, Bung Hatta
University*

Email : Email : nadianoraaa@gmail.com , irda1987@yahoo.com ,
lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of destination image and promotion on visiting decisions to travel in the Bukit Cinangkiak area of Solok. The sample in this study were tourists who visited the Bukit Cinangkiak Solok tourist attraction, amounting to 100 people with purposive sampling sampling technique. The type of data in this study is primary data from the results of questionnaire dissemination. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of this study found that destination image had a positive and significant effect on the decisions of tourists visiting the Bukit Cinangkiak Solok tourist attraction, while the promotion did not significantly influence the decision of tourists visiting the Bukit Cin Tourism Object, Solok.

Keywords: Destination Image, Promotion and Visiting Decision