

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, promosi, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Saung Z Desa Karang Tanding Kabupaten Empat Lawang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi pariwisata syariah sebagai upaya pengembangan pariwisata lokal yang mengedepankan nilai-nilai Islami. Penelitian ini menggunakan data primer dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini kurang lebih 18.000 pengunjung per-tahun. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan secara purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang pengunjung objek wisata. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian validitas, reabilitas, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis IBM SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, dan fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah pentingnya strategi promosi yang lebih efektif, pengelolaan daya tarik wisata yang maksimal dan peningkatan kualitas fasilitas yang menunjang kenyamanan wisatawan selama berkunjung serta untuk menarik minat wisatawan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan sektor pariwisata, khususnya di Kabupaten Empat Lawang. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung, pihak pengelola dapat lebih fokus dalam merumuskan strategi promosi dan pengelolaan wisata yang tepat. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji potensi wisata pada destinasi lain.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Promosi, Fasilitas, Keputusan Berkunjung, Pariwisata Syariah.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of tourist attractions, promotions, and facilities on the decision to visit the Saung Z tourist attraction in Karang Tanding Village, Empat Lawang Regency.. This study is motivated by the potential of sharia tourism as an effort to develop local tourism that prioritizes Islamic values. This study uses primary data with a quantitative approach. The population in this study is approximately 18,000 visitors per year. The sampling of this study was carried out by purposive sampling with a total of 100 respondents visiting the tourist attraction. The analysis method used in this study is validity testing, reliability, classical assumption testing, and hypothesis testing using IBM SPSS 22 analysis. The results of this study indicate that tourist attractions have a significant positive effect on the decision to visit, promotions have a significant positive effect on the decision to visit, and facilities also have a positive and significant effect on the decision to visit.

The implications of the results of this study are the importance of more effective promotional strategies, maximum management of tourist attractions and improving the quality of facilities that support tourist comfort during their visits and to attract tourist interest This research is expected to contribute to the development of the tourism sector, especially in Empat Lawang Regency. By understanding the factors that influence the decision to visit, the management can be more focused in formulating appropriate tourism promotion and management strategies. In addition, the results of this study can also be a reference for further research in examining tourism potential in other destinations.

Keywords: Tourist Attractions, Promotion, Facilities, Visiting Decisions, Sharia Tourism.