

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk membuktikan secara empiris mengenai Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Aksebilitas Dan Promosi Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wana Wisata Grape Madiun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 384 orang. Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan sempel lemeshow. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui google form. Teknik analisis data menggunakan alat uji berupa Software IBM SPSS Versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wana Wisata Grape Madiun, Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wana Wisata Grape Madiun, Aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung di Wana Wisata Grape Madiun dan Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di Wana Wisata Grape Madiun.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Promosi, Akddsebilitas, Fasilitas dan Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

This study aims to empirically prove the Influence of Destination Image, Promotion, Accessibility and Facility Promotion on Visiting Decisions at Wana Wisata Grape Madiun. This study is a quantitative study with a sample size of 384 people. The sampling method uses a lemeshow sample. Data collection uses a questionnaire distributed via google form. The data analysis technique uses a test tool in the form of IBM SPSS Version 25 software. The results of this study indicate that a) Destination image has a significant effect on visiting decisions at Wana Wisata Grape Madiun. b) Promotion does not have a significant effect on visiting decisions at Wana Wisata Grape Madiun. c) Accessibility has a significant effect on visiting decisions at Wana Wisata Grape Madiun. d) Facilities have a significant effect on visiting decisions at Wana Wisata Grape Madiun.

Keywords: *Destination Image, Promotion, Accessibility, Facilities and Visiting Decisions*