

## ABSTRAK

**Endang Irhartini. 2021.** Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Objek Wisata Pemandian Pincuran 7 di Kabupaten Sijunjung Sumatra Barat. Skripsi. D4 Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa permasalahan yang timbul di Objek wisata Pemandian Pincuran 7 di Kabupaten Sijunjung yaitu kurang adanya tenaga ahli dibidang kepariwisataan untuk melakukan promosi dan jangkauan promosi masih minim, tidak adanya promosi melalui media outdoor, tidak adanya promosi melalui media cetak, terdapat wisatawan yang tidak puas setelah berkunjung, wisatawan yang tidak ingin berkunjung kembali, dan wisatawan yang tidak menjadikan Pemandian Pincuran 7 sebagai tujuan utama untuk berkunjung.

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Pemandian Pincuran 7 di Kabupaten Sijunjung. Penelitian ini tergolong kepada penelitian asosiatif kausal. Sampel diambil dari wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pemandian Pincuran 7. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *purposive sampling*, serta sampel berjumlah 99 responden. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner yang sudah disusun kemudian diberikan kepada responden yang telah diuji terlebih dahulu validitas serta reliabilitasnya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan: (1) Promosi berada pada golongan sangat baik (67,68%), (2) Keputusan berkunjung berada pada golongan cukup (59,60%), (3) Hasil uji hipotesis regresi linear sederhana didapatkan F hitung 5,347 dengan signifikan  $0,023 > 0,05$  maka variabel promosi dapat menjelaskan keputusan berkunjung secara signifikan, dan diperoleh R square senilai 0,052 yang artinya pengaruh variabel promosi terhadap variabel keputusan berkunjung adalah sebanyak 5,2% dan sisanya faktor lain yang mempengaruhinya.

**Kata Kunci: Promosi, Keputusan Berkunjung.**