

## ABSTRAK

### **PENGARUH FASILITAS WISATA, DAYA TARIK WISATA, DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE PANTAI RIO BY THE BEACH LAMPUNG SELATAN**

Oleh

**JUNDI NAUFAL HABIBI**

Pantai Rio by the Beach di Lampung Selatan memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan. Namun, persaingan dengan pantai-pantai lain di wilayah sekitarnya menjadi tantangan dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, destinasi wisata perlu melakukan strategi pemasaran yang efektif untuk menaikkan kunjungan wisatawan. Di sisi lain, rutinitas masyarakat yang padat akibat tekanan kerja yang tinggi seringkali memicu stres, sehingga berwisata dapat menjadi alternatif efektif untuk mengatasi tekanan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas wisata, daya tarik wisata dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan teknik *purposive sampling* yang disebarakan kepada 100 responden, yaitu wisatawan yang mengunjungi Pantai Rio by the Beach dan yang sudah bekerja. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan berkunjung dibandingkan fasilitas wisata dan daya tarik wisata. Citra destinasi yang kuat dan positif mampu membangun persepsi wisatawan, meningkatkan daya tarik emosional, serta mendorong keputusan berkunjung lebih signifikan. Secara simultan, ketiga variabel ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan dengan nilai R Square sebesar 0,365 atau sebesar 36,5%.

**Kata Kunci: Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung, Lampung Selatan**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF TOURIST FACILITIES, TOURIST ATTRACTIONS, AND DESTINATION IMAGE ON THE DECISION TO VISIT RIO BY THE BEACH, SOUTH LAMPUNG***

**By**

**JUNDI NAUFAL HABIBI**

*Pantai Rio by the Beach in South Lampung has great potential to become a leading tourist destination. However, competition with other beaches in the surrounding area presents a challenge in increasing the number of tourist visits. Therefore, the tourist destination needs to implement an effective marketing strategy to boost tourist visits. On the other hand, the busy routines of the community due to high work pressure often trigger stress, making tourism an effective alternative to cope with this pressure. This study aims to analyze the influence of tourism facilities, tourist attractions, and destination image on tourists' visit decisions. The research uses a quantitative approach with an explanatory research method. Data were collected through questionnaires using a purposive sampling technique, distributed to 100 respondents, namely tourists who visited Pantai Rio by the Beach and who were already employed. Data analysis was performed using multiple linear regression tests. The results of the study show that the destination image has the most dominant influence on the decision to visit compared to tourism facilities and tourist attractions. A strong and positive destination image can build tourist perceptions, enhance emotional appeal, and significantly encourage the decision to visit. Simultaneously, these three variables have a significant influence on the decision to visit with an R Square value of 0.365 or 36.5%.*

***Keywords: Tourist Facilities, Tourist Attractions, Destination Image, Decision to Visit, South Lampung***