

ABSTRACT

Bali, known as the “Island of the Gods,” is a major tourist destination in Indonesia, renowned for its natural beauty and rich cultural heritage. One of its tourist attractions is Cemongkak Beach, a natural beach offering white sand, clear water, and a tranquil atmosphere surrounded by high cliffs. Tourists can enjoy swimming, relaxing, riding traditional fishing boats, or watching breathtaking sunsets. The beach’s natural charm and serenity make Cemongkak Beach an ideal choice for those seeking an authentic travel experience. This study aims to determine the influence of facilities and promotion on tourists’ decisions to visit Cemongkak Beach in the Pecatu area, Bali. Specifically, the study analyzes the partial and simultaneous effects of facilities and promotion on tourists’ visit decisions. The research uses a quantitative and qualitative approach with primary and secondary data sources. The sampling technique used is accidental sampling, while data collection methods include observation, interviews, and questionnaires. Data analysis was conducted through validity and reliability tests, multiple linear regression analysis, as well as t-test and F-test to measure the partial and simultaneous effects of the variables. The partial significance test (t-test) results indicate that the promotion variable has a positive and significant influence on tourists’ decisions to visit Cemongkak Beach. This suggests that increased promotion efforts will lead to an increase in tourist visits. The t-count value for the promotion variable is 4.446, which exceeds the t-table value of 2.052, with a significance value of 0.000 (less than 0.05). This means the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_2) is accepted. The simultaneous significance test (F-test) shows that both facilities and promotion simultaneously have a significant effect on tourists’ decisions to visit Cemongkak Beach.

Keywords: Facilities, Promotion, Tourist

ABSTRAK

Bali, dikenal sebagai “Pulau Dewata”, merupakan destinasi wisata utama di Indonesia dengan keindahan alam dan budaya yang kaya. Salah satu objek wisatanya adalah Pantai Cemongkak, pantai alami yang menawarkan pasir putih, air jernih, dan suasana tenang dikelilingi tebing tinggi. Wisatawan dapat menikmati berenang, bersantai, naik perahu nelayan, atau menyaksikan matahari terbenam. Keasrian dan ketenangannya menjadikan Pantai Cemongkak pilihan ideal bagi pencari pengalaman wisata yang autentik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan promosi terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke Pantai Cemongkak di Kawasan Pecatu, Bali. Secara khusus, penelitian ini menganalisis pengaruh fasilitas dan promosi baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling*, sedangkan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, serta uji t dan uji F untuk mengukur pengaruh variabel secara parsial dan simultan. Hasil uji signifikansi secara parsial (uji t) disimpulkan bahwa secara parsial variabel promosi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan wisatawan di Pantai Cemongkak. Hasil tersebut memberikan makna bahwa apabila promosi kepada wisatawan meningkat maka wisatawan yang berkunjung juga akan mengalami peningkatan. Nilai T-hitung pada variabel promosi sebesar 4,446 namun, dengan T-tabel 2,052 dan nilai sig 0,000 kurang dari 0,05, T-hitung berada di daerah penolakan H_0 , yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil uji signifikansi secara simultan (uji F), menunjukkan bahwa secara simultan fasilitas dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan di Pantai Cemongkak.

Kata Kunci: Fasilitas, Promosi, Wisatawan