

ABSTRAK

Lia Alifiah. Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta Pasuruan. Agustus 2023. Pengaruh harga, citra destinasi, dan keputusan berkunjung wisatawan pada pintu langit prigen pasuruan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra destinasi, dan keputusan berkunjung wisatawan pada pintu langit prigen pasuruan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah sebagian wisatawan yang telah berkunjung ke wisata pintu langit prigen pasuruan, sampel penelitian ini adalah sebanyak 150 responden, sumber data dari penelitian ini adalah sumber data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan (1). Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. (2). Citra destinasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung. (3). Media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. (4). harga, citra destinasi, media sosial Berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung

Kata Kunci: Harga, Citra Destinasi, Media Sosial, Keputusan Berkunjung

SUMMARY

Lia Alifiah. Business Administration Study Program, Yudharta University Pasuruan. August 2023. The influence of price, destination image, and tourists' visiting decisions on the Prigen Pasuruan sky door.

This study aims to determine the effect of price, destination image, and tourists' visiting decisions at the Prigen Pasuruan sky gate. This type of research is quantitative research. The population in this study are some of the tourists who have visited the Prigen Pasuruan sky gate tour, the sample of this study is 150 respondents, data source from this research is primary data source. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis with the help of SPSS 24 software. The results of this study indicate (1). Price has a significant influence on the decision to visit. (2). Destination image has a significant effect on visiting decisions. (3). Sosial media has a significant effect on visiting decisions. (4). price, destination image, sosial media simultaneously influence the decision to visit.

Keywords: *Price, Destination Image, Sosial Media, Visit Decision*