

ABSTRACT

This study aims to examine the analysis of Tourism Product Innovation, Local Culture and Promotion Strategy of Decision on Selection of Tourism Destination to Lake Toba. Sampling technique in this research is Convenience Sampling. Respondents in this study as many as 180 respondents from respondents who have vacationed in Lake Toba and respondents who were vacationing in Lake Toba whose numbers are not known in detail. The approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) with LISREL analysis tool. The results of research that have been obtained after doing Structural Model Testing / Hypothesis Testing showed that the variable of Tourism Product Innovation, Local Culture, and Promotion Strategy have an effect on Tourism Destination Decision. Tourism Product Innovation Variables have positive and significant influence on Tourism Destination Selection Decision. Local Cultural Variables have a positive and significant influence on Tourism Destination Selection Decision. Promotion Strategy variables have a positive and significant effect on Tourism Destination Selection Decision.

Keywords: *Tourism Product Innovation, Local Culture, Promotion Strategy, Purchasing Decision, Tourism Destination Decision.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji analisis Inovasi Produk Pariwisata, Kebudayaan Lokal dan Strategi Promosi terhadap Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata ke Danau Toba. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *Convenience Sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 180 responden dari responden yang pernah berlibur di Danau Toba dan responden yang sedang berlibur di Danau Toba yang jumlahnya tidak diketahui secara terperinci. Pendekatan yang di gunakan pada penelitian ini adalah *Struktural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis LISREL. Hasil penelitian yang telah didapatkan setelah melakukan Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk Pariwisata, Kebudayaan Lokal, dan Strategi Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata. Variabel Inovasi Produk Pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata. Variabel Kebudayaan Lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata. Variabel Strategi Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata.

Kata kunci : Inovasi Produk Pariwisata, Kebudayaan Lokal, Strategi Promosi, Keputusan Pembelian, Keputusan Pemilihan Destinasi Wisata.

