

ABSTRACT

This research is conducted by taking the title "The Influence of Creative Tourism, Facilities and Promotion Strategy on Halal Tourism Visiting Decision in Aceh". The purpose of this research is to know and analyze visitor's response about Creative Tourism, Facility and Promotion Strategy to Visiting Decision. This research is a type of causal. The object of this research is the visitors on Halal tourism in Aceh. Sampling technique using Slovin formula. Method of collecting data by using questionnaire. Scale measurement using likert scale 1-5 category. Data were obtained through survey by distributing questionnaires to 100 respondents. To answer the formulation of the problem, purpose and hypothesis in this research. Methods of data analysis using multiple linear regression with the test application used is SPSS Version 23.

The results of this study indicate that there is a significant influence between the variables Creative Tourism, Facilities variables, and variables Promotion Strategy Against Visiting Decision.

Keywords: Creative Tourism, Facilities, Promotion Strategy and Visiting Decision



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil judul “Pengaruh *Creative Tourism*, Fasilitas dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Halal di Aceh”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui serta menganalisis tanggapan pengunjung mengenai *creative tourism*, fasilitas dan strategi promosi terhadap keputusan berkunjung. Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif kausal. Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung pada wisata halal di Aceh. Teknik pengambilan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, skala pengukuran menggunakan skala likert 1-5 kategori. Data diperoleh melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Untuk menjawab perumusan masalah, tujuan dan hipotesis dalam penelitian ini. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan aplikasi pengujian yang digunakan adalah SPSS Versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Creative Tourism*, variabel Fasilitas, dan variabel Strategi Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung.

Kata kunci : *Creative Tourism*, Fasilitas, Strategi Promosi dan Keputusan Berkunjung

UNIVERSITAS
MERCU BUANA