

ABSTRACT

This research aims to analyse the impact of promotion (media), destination image, and visiting interests. The object of this research is Instagram users at the University of Mercu Buana and the number of samples specified is 115 respondents using calculation method based on the formula heir number of indicators multiplied by 5. Sample withdrawal method using Purposive Sampling. Method of collecting data using survey method, with research instrument is questionnaire. Data analysis methods use Partial Least Square (PLS). Research proves that promotion (media) has a positive and significant effect on visiting interests, promotion (media) positively and significantly impact on the destination image, and the image of the destination is positive and significant to the interest Visit.

Keywords: promotion (media), visiting interests, Price , image of the destination



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi (media) , citra destinasi, dan minat berkunjung. Objek penelitian ini adalah para pengguna instagram di Universitas Mercu Buana dan jumlah sampel yang ditentukan adalah 115 responden dengan menggunakan metode perhitungan berdasarkan rumus heir jumlah indikator dikalikan 5. Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian membuktikan bahwa promosi (media) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, promosi (media) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra destinasi, dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Kata kunci: Kualitas website, Kualitas produk, Harga, Kualitas pelayanan, Minat beli ulang.

