

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra destinasi, daya tarik wisata, dan promosi terhadap minat kunjung wisatawan ke Kampung Kapitan, Palembang. Kampung Kapitan merupakan destinasi wisata berbasis sejarah dan budaya Tionghoa yang mengalami penurunan jumlah pengunjung dari tahun 2020 hingga 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan wisatawan Kampung Kapitan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan dari ketiga variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi, daya tarik wisata, dan promosi secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan citra, pengelolaan daya tarik wisata yang inovatif, serta strategi promosi yang efektif, sangat penting dalam menarik minat kunjung wisatawan ke Kampung Kapitan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola destinasi dalam menyusun strategi peningkatan kunjungan wisatawan.

Kata Kunci: Citra Destinasi, Daya Tarik Wisata, Promosi, Minat Kunjung, Kampung Kapitan

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of destination image, tourist attraction, and promotion on tourists' visit intention to Kampung Kapitan, Palembang. Kampung Kapitan is a historical and Chinese cultural tourism destination that has experienced a decline in visitor numbers from 2020 to 2024. This research employs a quantitative approach with a survey method involving 100 respondents who are visitors to Kampung Kapitan. Data collection techniques include observation, interviews, and questionnaires. The data were analyzed using multiple linear regression to examine both the partial and simultaneous effects of the three independent variables on the dependent variable. The results show that destination image, tourist attraction, and promotion have a positive and significant influence, both partially and simultaneously, on tourists' visit intention. These findings indicate that improving the destination image, managing tourist attractions innovatively, and implementing effective promotional strategies are crucial for increasing tourists' interest in visiting Kampung Kapitan. This research is expected to provide input for destination managers in formulating strategies to increase tourist visits.

Keywords: Destination Image, Tourist Attraction, Promotion, Visit Intention, Kampung Kapitan