

ABSTRAK

Studi ini berfokus pada tujuan untuk mengevaluasi pengaruh *digital marketing*, daya tarik wisata, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Hutan Bambu, Desa Sumbermujur, Candipuro, Lumajang Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner kepada pengunjung wisata. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Wisatawan cenderung tertarik untuk datang setelah mendapatkan informasi melalui media sosial atau platform digital yang menampilkan konten menarik dan meyakinkan. Daya tarik juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, di mana keindahan alam, suasana sejuk, dan nilai budaya menjadi alasan utama wisatawan memilih destinasi ini. Sebaliknya, fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan lebih memprioritaskan pengalaman emosional dan nilai keaslian dibandingkan kenyamanan fasilitas yang tersedia. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguatan strategi *digital marketing* serta pelestarian daya tarik alam dan budaya lebih menentukan dalam mendorong keputusan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata Hutan Bambu Sumbermujur.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Daya Tarik, Fasilitas, Keputusan Berkunjung



ABSTRACT

This study focuses on evaluating the influence of digital marketing, tourist attraction, and facilities on tourists' visiting decisions at the Bamboo Forest tourist destination in Sumbermujur Village, Candipuro, Lumajang. The research used a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to visiting tourists. The collected data were then analyzed using multiple linear regression techniques. The results of the study show that digital marketing has an influence on visiting decisions. Tourists tend to be more interested in visiting after receiving information through social media or digital platforms that display attractive and convincing content. Tourist attraction also has a significant effect on visiting decisions, where the natural beauty, cool atmosphere, and cultural value are the main reasons tourists choose this destination. On the other hand, facilities do not have a significant influence on visiting decisions. This indicates that tourists prioritize emotional experiences and authenticity over the comfort of available facilities. These findings suggest that strengthening digital marketing strategies as well as preserving the natural and cultural attractions play a more crucial role in encouraging tourists to visit the Bamboo Forest destination in Sumbermujur.

Keywords: *Digital Marketing, Tourist Attraction, Facilities, Visiting Decision*

