

## ABSTRAK

Kabupaten Batang saat ini sedang berusaha meningkatkan pariwisata. dengan meluncurkannya program “*Visit Batang 2022, Heaven Of Asia*”. Program ini merupakan keseriusan dari pemerintah Kabupaten Batang untuk menggarap potensi wisata yang ada di Batang. Salah satu objek wisata yang saat ini terus dikembangkan adalah Pantai Ujungnegero Namun jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2017 sampai tahun 2018 terjadi penurunan jumlah pengunjung pantai Ujungnegero. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh produk wisata, citra destinasi dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan untuk mengunjungi objek wisata pantai Ujungnegero, Kabupaten Batang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung pantai Ujungnegero di Kabupaten Batang. dimana teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner, sampel yang diuji sebanyak 100 orang dengan teknik pengambilan *nonprobability sample* dan teknik penentuan *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS 25.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda, dalam penelitian ini diperoleh bahwa ketiga variabel independen yang terdiri dari citra destinasi, produk wisata dan promosi menunjukkan hasil yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan berkunjung. variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan berkunjung sebesar 48,7%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 51,3% keputusan berkunjung dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : keputusan berkunjung, produk wisata, citra destinasi, promosi