

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektifitas iklan dalam promosi terhadap Wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok. Hipotesis yang diajukan adalah Efektifitas iklan dalam promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan populasi adalah wisatawan yang berkunjung ke pulau lombok yang berjumlah 1.011.214 pada tahun 2012 dan di pecah menjadi 100 responden dengan menggunakan rumus slovin. Dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh efektifitas iklan dalam promosi terhadap jumlah pengunjung. Hasil pengujian secara simultan menjelaskan bahwa efektifitas iklan yang terdiri dari empati, persuasi, dampak, dan komunikasi memiliki pengaruh terhadap jumlah wisatawan karena terlihat jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok dari tahun 2008 hingga tahun 2012 yang terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2008 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok berjumlah 544.501 orang. Pada tahun selanjutnya terjadi peningkatan sebanyak 74.596 orang dari tahun sebelumnya atau 619.097 orang di tahun 2009. Pada tahun 2010 terjadi peningkatan yang cukup signifikan yaitu 725.388 orang atau jumlah wisatawan bertambah 106.291 orang dari tahun sebelumnya. Peningkatan yang signifikan terjadi pada tahun 2011 yaitu 886.880 orang yang berkunjung ke Pulau Lombok atau naik 161.492 orang. Demikian pula pada tahun 2012 yang mengalami peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Lombok sebanyak 1.011.214 orang dari jumlah wisatawan tahun sebelumnya.

**Kata Kunci:** Efektifitas iklan dalam promosi

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of advertising effectiveness in the promotion of the Tourists visiting Lombok Island. The hypothesis that the way down is the effectiveness of the ads in the campaign. The method used in this study is a survey method is a population of tourists visiting the island of Lombok which totaled 1.011.214 in 2012 and split into 100 respondents using Slovin formula. The population sample of 100 people was taken using accidental sampling technique. The technique of data analysis performed using multiple linear regression analysis. Partial test shows that there is an influence on the effectiveness of an ad campaign dala number of visitors. Simultaneous testing results explained that the effectiveness of the ad consists of empathy, persuasion, impact and communication has an influence on the number of tourists since seen the number of tourists visiting Lombok Island from 2008 through 2012 which is constantly increasing. In 2008 the number of tourists visiting the island of Lombok amounted to 544.501 people. In the next year an increase of 74.596 persons from the previous year or 619.097 people in 2009. In 2010 there is a significant increase in tourist numbers 725.388 people or 106.291 people increased from the previous year. Significant increases occurred in 2011 that 886.880 people visited the island of Lombok, up 161.492 people. Similarly, in 2012 which has increased the number of tourists visiting the island of Lombok as many as 1.011.214 person from the previous year the number of tourists.*

**Keywords:** *The effectiveness of advertising in promotion*