

ABSTRAK

Kabupaten Lumajang merupakan salah satu kabupaten yang berada di wilayah Propinsi Jawa Timur, Kabupaten Lumajang ini menjadi salah satu destinasi wisata di Jawa Timur yang diminati oleh para wisatawan karena memiliki berbagai macam destinasi wisata baik wisata alam, wisata buatan, wisata edukasi, wisata rohani dan lainnya. Salah satu wisata yang ada di Kabupaten Lumajang salah satunya Wisata Hutan Bambu yang berada di Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *City Branding* Pada *City Image* (2) pengaruh *City Image* terhadap keputusan berkunjung (3) pengaruh *City Branding* pada Keputusan Berkunjung (4) pengaruh *City Branding* terhadap keputusan berkunjung melalui *City Image*. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Explanatory Research* dengan menggunakan metode *Path Analysis*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan sumber data berasal dari penyebaran kuesioner. Metode dalam pengambilan sampel data menggunakan *Purposeive Sampling*, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden melalui penyebaran kuesioner secara online. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *City Branding* Pada *City Image*, pengaruh *City Image* terhadap keputusan berkunjung, pengaruh *City Branding* pada Keputusan Berkunjung dan pengaruh *City Branding* terhadap keputusan berkunjung melalui *City Image*.

Kata kunci : *City Branding*, *City Image*, Keputusan Berkunjung

ABSTRACT

Lumajang Regency is one of the regencies in the East Java Province, Lumajang Regency is one of the tourist destinations in East Java that is in demand by tourists because it has various kinds of tourist destinations, both natural tourism, artificial tourism, educational tourism, spiritual tourism and others. One of the tours in Lumajang Regency is the Bamboo Forest Tour which is located in the village of Sumbermujur, Candipuro District. This study aims to determine (1) the effect of City Branding on City Image (2) the influence of City Image on the decision to visit (3) the influence of City Branding on the decision to visit (4) the influence of City Branding on the decision to visit through the City Image. The approach used in this study is Explanatory Research using the Path Analysis method. The type of data used in this study is quantitative with the data source coming from the distribution of questionnaires. The method of taking data samples using Purposeive Sampling, while the sample used was 100 respondents through the distribution of online questionnaires. The results of this study indicate the influence of City Branding on City Image, the influence of City Image on the decision to visit, the influence of City Branding on the Decision to Visit and the influence of City Branding on the decision to visit through the City Image.

Keywords : City Branding, City Image, and Visiting Decision