

ABSTRACT

Lailatus Sa'diya, 150211100004, City Branding and Tourism Event in influences the Visiting Decision of Travelers to Sumenep Regency. Under the guidance of Dr.Ir., Nurita Andriani, MM and Dr. Chairul Anam, Drs., Ec., M., Kes.

The purpose of this study is to investigate the influence of city branding to tourism visiting decision to Sumenep Regency; the influence of tourism event to tourism decision of traveler to Sumenep Regency.

This study conducts quantitative research design with type of research is explanatory research. This study uses Purposive Sampling as sampling method with the number of sample is 96 respondences. The data analytical tool that is used to this study are descriptive statistic analysis and multiple linear regression analysis.

The result of this study shows that city branding variabel (X1) gives possitive and significant influence to tourism visiting decision; Tourism event (X2) gives possitive and significant influence to tourism visiting decision. Based on the result of this study, it is better of the government of Sumenep make the position of city branding more stronger by publishing and promoting "Sumenep The Soul Of Madura" and Batik Festival of Sumenep. To realize it, the government also can cooperate with tourism business owners to develop tourism place in Sumenep so it can help to increase the number of tourism visitors to Sumenep. This study limited the object of the study for variabel of city branding, tourism event, tourism visiting decision. By conducting this study, it is expected to develop the number of tourism visitors of Sumenep Regency ini the future with different variabel or aspect, such as the image of city and interest to visit again.

Keywords: city branding, tourism events, tourist visit decisions

ABSTRAK

Lailatus Sa'diya, 150211100004, *City Branding* dan *Event* Pariwisata dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kabupaten Sumenep. Dibawah bimbingan Dr.Ir., Nurita Andriani,MM dan Dr. Chairul Anam, Drs.,Ec.,M.,Kes.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *city branding* terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kabupaten Sumenep; pengaruh *event* pariwisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kabupaten Sumenep.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian riset eksplanatori, sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebesar 96 responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *city branding* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan; *event* pariwisata (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Berdasarkan hasil penelitian, sebaiknya Pemerintah kabupaten Sumenep lebih memperkuat posisi *city branding* dengan lebih mempublikasi dan mempromosikan "*Sumenep The Soul Of Madura*" dan Sumenep Batik Festival dengan bersinergi dengan pelaku usaha pariwisata untuk mengembangkan wisata yang ada di kabupaten Sumenep agar kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sumenep meningkat. Penelitian ini terbatas pada variabel *city branding*, *event* pariwisata, keputusan berkunjung. diharapkan kedepannya dapat mengembangkan dengan menggunakan variabel yang berbeda seperti citra kota, minat berkunjung kembali.

Kata Kunci: *city branding*, *event* pariwisata, keputusan berkunjung wisatawan