

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Lokal Pada Pantai Air Manis Di Kota Padang Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Mediasi. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisioner, dengan sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur menggunakan SMARTPLS 3.

Hasil penelitian didapatkan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *Brand Image*. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. *Brand Image* tidak memediasi pengaruh Promosi terhadap Keputusan Berkunjung. *Brand Image* memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Berkunjung.

Kontibusi sumbangan variabel *independen* Promosi, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap variabel *dependen* Keputusan Berkunjung adalah sebesar 84,5%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 15,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, *Brand Image* dan Keputusan Berkunjung**