

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Carocok Painan. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung pantai carocok dan sampel penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik penarikan menggunakan slovin. Metode pengumpulan data melalui survei dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, analisis korelasi, analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan aplikasi spss 16.

Hasil analisis data menyimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan City Branding terhadap Minat Berkunjung Ulang. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Sosial Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Ulang. Bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang. Bahwa secara simultan terhadap pengaruh positif dan signifikan City Branding Sosial Media Marketing dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang.

**Kata Kunci : City Branding, Sosial Media Marketing, Citra Destinasi dan Minat Berkunjung Ulang.**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how much influence the promotion of service quality and loyalty has on visitor satisfaction at the Carocok Painan tourism object. The population of this study were all visitors to Carocok beach and the sample of this study amounted to 100 respondents with the withdrawal technique using slovin. Methods of collecting data through surveys and questionnaires. The analytical methods used are validity and reliability tests, correlation analysis, multiple linear regression analysis, using the spss 16 application. The results of data analysis concluded that partially there was a positive and significant influence on City Branding on Revisit Interest. That partially there is a positive and significant influence of Social Media Marketing on Revisit Interest. Whereas there is no significant positive and significant effect of Destination Image on Revisit Interest. Whereas simultaneously the positive and significant influence of City Branding, Social Media Marketing and Destination Image on Revisit Interest.*

**Keywords: City Branding, Social Media Marketing, Destination Image and Visiting Interests.**