

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata merupakan fenomena yang menarik, meskipun itu adalah pariwisata itu sendiri merupakan industri yang sangat sensitif terhadap perubahan internal dan eksternal memiliki dampak yang kuat pada jumlah wisatawan dan minat untuk mengunjungi negara tersebut, Daerah/Provinsi dan Wilayah. Industri ini memiliki dampak ekonomi dan sosial secara langsung dan budaya. Ada anggapan bahwa seperti yang sudah dikatakan, pariwisata terbagi menjadi tiga jenis Di atas diasumsikan bahwa wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata (DTW) hanya ingin saja Nikmati tujuan wisata dan daya Tarik wisata yang terkait dengan daya Tarik wisata utama (alam, budaya dan keputusan berkunjung), meskipun wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut tidak hanya ingin melihat daya tarik wisata tertentu, tetapi ingin melihat, menikmati, dan mengalami sebanyak mungkin terkait dengan semua pariwisata. Berbagai faktor dapat mempengaruhi seseorang Berpergian Kebanyakan orang bepergian atau berwisata untuk bersenang-senang sebagai tujuan wisatawan pada umumnya. Namun tidak jarang orang menggunakan waktunya untuk bersenang-senang sekaligus lebih banyak pemahaman, pengetahuan dan keterampilan tentang sesuatu. Dengan kata lain, mereka Tempat bukan hanya untuk dipandang, melainkan memiliki tujuan, yaitu sesuatu yang bernilai yang tidak dapat ditemukan di tempat asalnya. Indonesia adalah negara kepulauan

Ada kekayaan alam dan budaya beragam, begitulah Indonesia Daerah yang memegang peranan penting memberikan kontribusi bagi keberlangsungan perekonomian Indonesia. Pemerintah juga dapat mempromosikan setiap daerah dengan tujuannya sendiri untuk menunjukkan potensi daerah kepada masyarakat lokal dan mancanegara yaitu menciptakan city brand dan service quality. City brand adalah upaya strategis sebuah kota untuk membangun posisi yang kuat secara regional dan global. Dengan adanya city brand dapat tercipta identitas kota yang bermanfaat untuk memasarkan semua kegiatan, saran dan budaya kota. Branding kota juga terkait dengan inidengan perencanaan kota yang dapat dijadikan sebagai strategi untuk menciptakan tempat yang baik bagi kota kuat dalam pemasaran bertarget, seperti Pemosisian produk atau layanan. Pemasaran terkait erat dengan persaingan, dan ini juga berlaku untuk kota. Dapatkan kepercayaan sebagai kota terbaik Dalam hal tertentu tergantung bagaimana city brand diciptakan dan diimplementasikan sebagai sebuah kekuatanpersaingan dan pentingnya kota, membuat kota ini terkenal baik secara regional maupun internasional global. Indonesia juga memiliki sector pariwisata yang merupakan salah satu industri yang diminati oleh bumi pertiwi. Berkat bentang alamnya yang eksotis dan budaya pulau yang kaya, Indonesia telah menjadi salah satu tujuan wisata utama untuk dikunjungi. Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini sedang digalakkan menjadi salah satu sektor yang sangat mendorong pembangunan untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan rakyat. Itu didorong Dunia pariwisata Indonesia terus berkembang terlihat di tempat tujuan wisata dari waktu ke waktuWisata di

Indonesia yang terkenal dengan keindahan alamnya, dan keragaman budayanya. Seiring dengan industri teknologi dan informasi Pemerintah Indonesia menyadari hal tersebut dan karenanya terus mendorong pembangunan infrastruktur untuk meningkatkan kualitas destinasi wisata. Dalam hal itu perkembangan wisatawan di Indonesia dari ketahunya semakin meningkat keputusan berkunjung wisatawan seperti gambar table diagram berikut.



Gambar 1: diagram perkembangan wisata di Indonesia (2021-2022)

Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada bulan oktober 2022 sebesar 678.530 yang terdiri dari 564.713 kunjungan wisman melalui pintu masuk utama dan pintu masuk lainnya (non-MPD), atau 83,23% dari seluruh kunjungan dan 113.817 kunjungan wisman. titik lintas batas lainnya (MPD) atau 16,77% dari seluruh kunjungan. Jumlah ini meningkat 364,31% dibanding Oktober 2021 sebanyak 146.137 kunjungan. industri pariwisata atausering di industri pariwisata dilihat sebagai mesin Mesin ekonomi atau produsen Mata uang untuk pembangunan ekonomi Negara termasuk Indonesia. Selain itu, diluncurkan di Indonesia kuat untuk menggerakkan industry Pariwisata, itu terbukti tahun 2013 di industri pariwisata adalah keempat di lapangan Pemodal

uang terbesar di Indonesia memiliki potensi karakter yang baik untuk memerintah menjadi objek wisata yang menarik dikunjungi, misalnya sebagai raja Ampat, Pulau Komodo, Gunung Rinjani dan banyak lainnya sebagai destinasi wisata alam Indonesia. Juga di provinsi Jawa Timur relatif maju terutama melalui pariwisata kekayaan alam dan budaya. Pantai Kabupaten Malang, sumber air panas Cagar, sumber air di Gondangleg, Gunung Bromo Tengger dan Berbagi air terjun/koban di Batu Malang adalah contoh tujuan wisata alam di provinsi Jawa Timur. menunjukkan atraksi ini Pariwisata memiliki dampak yang besar keputusan tentang kunjungan Berdasarkan beberapa pendapat Kegiatan dapat diselesaikan di atas Daya tarik pariwisata memegang peranan penting tetapi hanya terhadap tujuan wisata juga dapat mempengaruhi keputusan seseorang mengunjungi tempat itu Pariwisata Selain tujuan wisata Destinasi wisata juga harus ada strategi pemasaran yang efektif. Salah Strategi pemasaran adalah oleh strategi City Branding dan Service quality.

Pariwisata yang menggunakan Kualitas pelayanan (quality of service) pada wisata dapat dikenali dengan memahami persepsi pelanggan untuk layanan yang diterima melalui panduan dan Pengelola objek wisata ini. Pelanggan puas dengan nilai yang diterima Saat Anda membeli kunjungan atau layanan, ada kemungkinan besar itu akan menjadi pelanggan setelah sekian lama. Pelanggan Jika pengunjung puas dengan layanannya, biasanya pengunjung akan memutuskan untuk mengunjungi di masa depan..

Salah satu wisata di Indonesia adalah dikota pasuruan yang secara geografis, Pasuruan merupakan kawasan strategis di pesisir Laut Jawa dan jalur perdagangan. Sebelumnya dikenal sebagai "Paravan", telah disamakan oleh beberapa orang dengan "Pasar dan Oeang". Karena merupakan jalan strategis yang menarik banyak pedagang yang datang ke Kota Pasuruan dan berbisnis disana. Saat itu sebagian besar masyarakat Pasuruan tidak hanya berdagang tetapi juga nelayan. Menurut sejarahnya, kota Pasuruan telah menjadi tujuan dan persinggahan para pelancong dari dalam maupun luar negeri. Orang Tionghoa dan Arab termasuk di antara para pengelana yang kemudian singgah dan menetap di kota Pasuruan, dan Pasuruan tumbuh menjadi kota dengan empat etnis: Jawa, Madura, Tionghoa, dan Arab. Kota Pasurua - Pedoman Sistem Identitas Indonesia - City Branding Kota Pasurua Demografi 5 Penduduk Kota Pasurua tergolong heterogen dan terdiri dari beberapa suku. Empat kelompok etnis yang dominan adalah Jawa, Madura, Cina dan Arab. Suku Madura sebagian besar tinggal di bagian utara Pasuruan, sedangkan tiga suku lainnya tersebar di bagian tengah kota. Heterogenitas masyarakat tidak lepas dari keberadaan pelabuhan yang menjadi daya tarik masyarakat untuk datang dan tinggal di Kota Pasuruan. Mayoritas penduduk kota pasuruan beragama Islam. Meski terdiri dari beberapa suku, namun hubungan antar tiap orang berjalan harmonis. Penanda Kota Pasuruan Sejarah Kota Pasuruan 6 Pasuruan adalah kota kuno. Pada masa Kerajaan Airlangga, Pasuruan dikenal dengan sebutan "Paravan". Letak geografis kota Pasuruan yang strategis menjadikan Pasuruan sebagai pelabuhan transit dan pasar

perdagangan antar pulau dan banyak negara. Banyak pedagang dan bangsawan berdagang, menyatukan bangsa dan suku Pasuruan. Standarisasi city brand identity mendukung terciptanya konsistensi usable jangka panjang agar city brand kota Pasurua tetap melekat di benak masyarakat. Semua peraturan terkait penggunaan identitas visual Kota Pasuruan sudah dirinci lengkap dalam panduan identitas ini, mulai dari logo hingga aplikasinya, alat tulis, baju, mobil dan lainnya. Diharapkan peraturan yang telah dijelaskan dapat diterapkan untuk menghindari dan mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan serius yang dapat mengubah persepsi masyarakat terhadap branding kota Pasurua, seperti: Kode warna, konfigurasi logo dan ukuran yang dibutuhkan.

City branding merupakan identitas, symbol logo atau merek yang melekat pada suatu daerah identitas ini merupakan sebuah konstruksi sebuah hasil dari prose interaksi antar manusia institusi dan praktisi dalam kehidupan social sebuah city branding bukan hanya sebuah selokan atau kampanye promosi akan tetapi suatu gambaran dari pikiran, prasaan, asosiasi dan ekspektasi yang datang dari benak seseorang Ketika seseorang tersebut melihat atau mendengar sebuah nama logo, produk layanan, ifen, ataupun berbagai symbol dan rancangan yang menggambarkannya.

Kota pasuruan merupakan kota yang diberi julukan kota santri dan didalamnya terdapat banyak sekali sejarah dan didukung dengan industry pariwisatanya yang kian hari kian maju lalu diantaranya seperti adanya destinasi wisata didalamnya lalu akomodasi dan transportasinya yang sangat memadai serta wisata-wisata yang dirasa cukup ekonomis hal ini tentunya

membuat kota pasuruan lebih maju terutama dibidang wisatanya dan tempat-tempat pariwisata diantaranya sebagai berikut: Wisata Penanjakan Bromo, Hampan Bunga Krisan dan Bukit Flora di Tukur, Hotel di Tretes, Danau Ranu Grati, di Kota Pasuruan.

Kabupaten pasuruan selain dikenal sebagai daerah industry banyak menyimpan keidahan alam beberapa wilayah kabupaten pasuruan berda didataran tinggi seperti prigen menyimpan potensi wisata yang sanat menarik dikunjungi salah satunya adalah air terjun putuktruno yang sebenarnya keberadaannya sudah dikelola menjadi objek wisata sejak dari dulu perkembangan dunia wisata yang semakin hari banyak pengemarnya air terjun putuk truno banyak berbengah dan menjadi lebih tertata.

Berlokasi didaerah gunung arjuna dan welirang membuat suasana sejuk selalu terasa di air terjun putuk truno, Jika kita ingin mengunjungi tempat wisata alam Prigen sangat mudah ditemukan. Bagi kita yang berasal dari kota Malang atau Surabaya, cukup ke Pandaan di Kabupaten Pasuruan. Setelah sampai di Pandaan kita jalan kaki ke Tretes atau Prigen yang juga sering dijadikan jalur alternatif menuju Mojokerto. Setelah sampai di kawasan Prigen, kita berada di persimpangan jalan dan jalur yang dilalui ada di sebelah kiri. Sesaat setelah mengikuti jalan tersebut ada papan petunjuk menuju kawasan wisata Air Terjun Putuk Truno. Sesampainya di sana, suasana tenang, terjaga dan asri menanti kita. Untuk mengikuti tour ini kita hanya perlu membayar tiket masuk sebesar 15.000 pada hari biasa dan 20.000 pada hari libur nasional dan untuk touris 25.000. Sesampainya di tempat tujuan wisata, kita harus

berjalan menyusuri jalan beraspal yang bersih. Di bawah jalan yang kami lewati terdapat belokan dan tanjakan yang hampir kosong. Namun, kami tidak bosan dan lelah karena pemandangan di kanan kiri jalan terdiri dari pohon-pohon besar dan tumbuhan hijau liar lainnya yang masih sangat alami dan menenangkan suasana di perjalanan. Meski Putuk Truno merupakan destinasi wisata yang masih alami dengan air terjunnya, namun tempat ini sangat terawat. Misalnya kebersihan tempat wisata ini sangat-sangat baik. Beberapa fasilitas yang memudahkan wisatawan menikmati air terjun juga sudah dilengkapi dengan baik, seperti tangga dengan pegangan tangan yang memudahkan wisatawan untuk turun ke kolam di bawah air terjun. Meski tangga ini artifisial, namun tetap terlihat natural karena didesain menyerupai kayu. Saat kita berkendara ke air terjun, sangat umum untuk mengambil foto mewah di depan air terjun sambil mengangkat tangan. Berbeda dengan air terjun Putuk Truno, di sini kita punya dua spot foto yang sangat menarik, meski merupakan tempat buatan. Tempat pertama tepat di depan air terjun, kuvapaikka ini merupakan anjungan yang terbuat dari papan bambu yang dilengkapi dengan pagar yang memanjang ke depan. Di sini kita bisa berfoto dengan berbagai gaya, selain itu kita juga bisa merasakan suasana di bawah air terjun yang biasa digunakan banyak pengunjung untuk mandi. Di tempat wisata biasanya terdapat banyak warung atau kantin dimana kita sebagai pengunjung dapat membeli makanan, air terjun Putuk Truno menawarkan kafe bertema hutan yang unik. Sebuah kafe bernama Forest Truno Cafe terletak di sebelah kanan loket tiket sebelum memasuki kawasan wisata. Dari kejauhan,

kafe ini sangat menarik dan menggoda untuk dikunjungi. Berikut adalah beberapa hal yang ada di kafe. Layaknya kafe, Forest Truno Cafe juga memiliki bangunan bar. Bar yang berfungsi sebagai mesin kasir ini didesain sangat alami di dalam bangunan dengan material kayu dan bambu bertema hutan. Hasilnya, bangunan ini secara alami menyatu dengan baik dengan hutan di lokasi ini. Di Cafe Forest Truno, tidak seperti cafe atau kafe pada umumnya yang memiliki banyak meja dan kursi, tempat duduk yang ditawarkan di sini berbentuk gazebo atau karpet bersila dengan banyak bantal, yang memungkinkan kita untuk bersantai di tempat ini dalam waktu yang lama. Tentu sangat cocok jika kita datang ke kafe ini bersama teman atau keluarga. Berhubung kafe ini masih menjadi bagian dari objek wisata Air Terjun Putuk Truno, tidak heran jika kafe ini juga menarik minat wisatawan. Selain ngopi atau makan, disini juga ada spot foto yang bagus. Salah satunya spot foto tempat gembok cinta berada, ada juga ring gear tua yang bisa kita gunakan sebagai spot foto bersama kekasih. Tempatkan gambar yang juga berfungsi sebagai hiasan.

Daya tarik Wisata Air Terjun Putuk Truno Pasuruan menjadi destinasi wisata yang wajib dikunjungi karena keindahannya yang luar biasa. Penduduk Kawasan Wisata Air Terjun Putuk Truno Pasuruan juga sangat sopan kepada wisatawan lokal maupun mancanegara. Kota Pasuruan juga dikenal dengan air terjun Putuk Truno Pasuruan yang sangat menarik untuk dikunjungi. Air terjun yang tingginya mencapai 45 meter ini menarik perhatian penuh Pemerintah Kabupaten Pasuruan. Tak heran jika suasana di

tempat ini sangat bersih dan terawat. Air yang mengalir deras menembus bebatuan tinggi dari atas terlihat sangat memesona. Ditambah bebatuan dan pepohonan hijau yang membuat air terjun ini semakin indah. Air terjun ini dikenal tidak hanya karena keindahannya, tetapi juga karena airnya yang segar dan sangat jernih. Sangat jelas sehingga Anda dapat melihat dengan jelas batu-batu di dalam air. Kisah air terjun ini terinspirasi dari hubungan antara seorang pria dan wanita bernama Joko Taruno dan Sri Gading. Wisatawan kota Pasuruan sudah tidak bingung lagi dengan wisata air terjun Putuk Truno. Tapi bagaimana dengan orang asing bahkan turis asing? Tentu saja mereka bingung dan takut tersesat. Tapi jangan khawatir bagi para wisatawan yang berada di luar kota pasuruan, saya punya solusinya agar anda tidak tersesat. Tentunya sarana transportasi apa yang akan anda gunakan untuk mencapai air terjun Putuk Truno Pasuruan dengan menggunakan kendaraan pribadi seperti :Memiliki mobil atau motor. Anda dapat meminta petunjuk arah ke wisata air terjun Putuk Truno Pasuruan dengan Google map yang terpasang di smartphone Anda. Karena menggunakan kendaraan pribadi lebih menyenangkan daripada menggunakan angkutan umum. Namun, jika Anda menggunakan transportasi umum, seperti:Bus umum atau alat transportasi lainnya juga bukan masalah besar, karena bisa berhenti di terminal Desa Prigen. Selanjutnya anda akan menuju Wisata Air Terjun Putuk Truno dengan menggunakan ojek atau kendaraan pribadi anda.

Pasuruan city branding, Air Terjun Putuk Truno adalah beberapa kualitas yang dapat meningkatkan citra kota dan menarik wisatawan. Air terjun ini

menawarkan pesona alam yang indah dengan keindahan air terjun yang tinggi dan air yang jernih. Indah alam ini dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan, baik lokal atau internasional, yang ingin mempesona pengalaman alam. Dalam destinasi Fotografi Keindahan alam yang dimiliki Air Terjun Putuk Truno akan menarik minat para fotografer, baik profesional atau amatir, untuk mengabadikan momen-momen indah di seluruh kota ini. Peningkatan Kunjungan Wisatawan Air Terjun Putuk Truno dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dari berbagai daerah, baik wisatawan domestik maupun mancanegara, dengan menikmati hari baik di bandara. Peningkatan pendaftaran akan membantu meningkatkan ekonomi lokal melalui sektor publik. Meningkatkan Identitas Kota Air Terjun Putuk Truno memiliki potensi untuk menjadi simbol dan citra yang menentukan Pasuruan, sehingga meningkatkan rasa kota dan potensi pariwisata. City branding Pasuruan dapat meningkatkan identitas suatu daerah dan mengkomunikasikan informasi dari kota ke seluruh penduduk dengan menerapkan strategi ini. Mendorong Infrastruktur Wisata Untuk mendukung kedatangan wisatawan, pemerintah dan pihak terkait akan lebih termotivasi untuk meningkatkan infrastruktur wisata di sekitar Air Terjun Putuk Truno, seperti pembangunan akses jalan, akomodasi, fasilitas pendukung, dan lain sebagainya. Hal ini akan berdampak positif pada kualitas infrastruktur di Pasuruan. Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Wisata Dengan meningkatnya jumlah wisatawan, sektor pariwisata dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat umum. Ini akan mengurangi tingkat kejahatan dan meningkatkan kesejahteraan rakyat

Filipina. Kesadaran Lingkungan Peningkatan Air Terjun Putuk Truno yang merupakan bagian dari alam memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran lingkungan di masyarakat. City branding yang mengedepankan pengetahuan dan pendidikan dalam kaitannya dengan lingkungan dapat menginspirasi warga dan siswa untuk lebih aktif dalam mengejar pengetahuan dan pendidikan.

Dengan memaksimalkan potensi Air Terjun Putuk Truno dan tujuan perjalanan internasional lainnya, Pasuruan dapat menciptakan kota yang semarak dengan rasa tempat yang kuat dan identitas yang berbeda. Sangat penting untuk memastikan bahwa pengembangan dan promosi tujuan wisata dilakukan secara sistematis sehingga manfaat pariwisata dapat dirasakan oleh seluruh penduduk dan daerah sekitarnya.

City branding adalah strategi untuk mempromosikan citra positif dan identitas unik kota sebagai tujuan wisata, bisnis, atau investasi. Dampak objek wisata Air Terjun Putuk Truno terhadap city branding Pasuruan dapat bervariasi tergantung dari berbagai faktor seperti perencanaan, pengelolaan, dan kepuasan pengunjung. Berikut adalah beberapa hal yang bisa salah.

Citra Positif, Kehadiran objek udara seperti Air Terjun Putuk Truno dapat mendongkrak Citra positif Pasuruan sebagai tujuan wisata yang diinginkan. Berita positif akan menarik lebih banyak penduduk lokal dan pengunjung untuk mengunjungi Pasuruan. Pertumbuhan sektor swasta, Seiring popularitas Air Terjun Putuk Truno tumbuh, sektor swasta di Pasuruan kemungkinan akan

tumbuh. Dengan pengunjung yang lebih banyak, maka akan lebih banyak peluang untuk pertumbuhan bisnis di area terdekat seperti hotel, restoran, toko oleh-oleh, dan sebagainya. City Penysadaran Lingkungan,Objek wisata alam membawa kesadaran akan kelemahan lingkungan sering kali. Masyarakat dan pemerintah setempat mungkin akan lebih peduli dalam ikatan alam sekitar untuk menjaga keaslian dan keindahannya dengan mempromosikan Air Terjun Putuk Truno sebagai daya tarik wisata. Peningkatan jumlah pengunjung,Dengan kampanye city branding yang efektif, Pasuruan dapat menjadi tujuan wisata yang lebih dikenal. Hal ini akan menyebabkan peningkatan jumlah orang yang bergabung dengan angkatan kerja, yang akan berdampak positif pada perekonomian lokal.

Tantangan manajemen Meningkatnya popularitas Air Terjun Putuk Truno dapat mengakibatkan tingkat manajemen yang baru. Pemerintah harus bekerja keras untuk memastikan infrastruktur dan layanan tersedia bagi warganya sehingga mereka dapat menikmati kehidupan yang nyaman dan aman.

Oleh karena itu, **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, City Branding dan Service Quality Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan”**. Sangat penting untuk meningkatkan kualitas pariwisata dan memberikan dampak positif bagi kota pasuruan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, pokok masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah Daya Tarik (X1) wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan dikabupaten pasuruan?
2. Apakah *City Branding* (X2) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan dikabupaten pasuruan?
3. Apakah *Service Quality* (X3) berpengaruh terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan dikabupaten pasuruan?
4. Bagaimana Daya Tarik Wisata (X1) *City Branding* (X2) dan *Service Quality* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan berkunjung (Y) wisatawan dikabupaten pasuruan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dilakukan penelitian ini menyatakan tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik (X1) wisata terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan dikabupaten pasuruan?
2. Untuk mengetahui pengaruh *City Branding* (X2) terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan dikabupaten pasuruan?
3. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* (X3) terhadap keputusan berkunjung (Y) wisatawan dikabupaten pasuruan?
4. Mengetahui seberapa signifikansi pada Daya Tarik Wisata (X1) *City Branding* (X2) dan *Service Quality* (X3) terhadap Keputusan berkunjung (Y) wisatawan dikabupaten pasuruan?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis yang berhubungan dengan pengaruh Daya Tarik Wisata dan community Based Tourism, Citra Wisata terhadap Minat berkunjung wisata didesa wisata Pasuruan. Berikut ini manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yang teoritis untuk mengembangkan suatu wisata dan pengaruh daya Tarik wisata dan community based tourism ,citra wisata terhadap minat berkunjung wisata saling berhubungan . Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber refrensi seperti penelitian sebelumnya.
- b) Hasil penelitian ini akan membantu untuk mempromosikan penelitian ilmiah di dunia ekonomi pariwisata.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Desa Wisata Pasuruan

Dalam penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengunjung atau destinasi wisata terutama mengenai tentang pengaruh daya Tarik wisata, city branding dan service quality terhadap keputusan berkunjung wisatawan dikota pasuruan yang diharapkan sebagai informasi sebuah keputusan berkunjung wisata.

b) Bagi Penulis

Dalam Kajian ini diharapkan semakin meningkat Wawasan dan informasi untuk peneliti, khususnya di bidang usaha pariwisata yang menyangkut pengaruh daya Tarik wisata,city branding dan service quality terhadap keputusan berkunjung wisatwan dikota pasuruan yang sebagi informasi sebagi pengunjung wisatawan.