

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to know the phenomenon and get empirical evidence, and also conclusions about the effect of promotions and public service quality of the destination image and its impact on the revisit intention tourists ( a case study of travelers Bandung City). This research using descriptive and verification methods. The sampling technique is sampling incidental. The research survey 100 respondents. Data analysis method of this research using path analysis. The results of this revealed that, the Tourism Promotion Bandung in the high category, Public Service Quality in supporting tourism, Bandung in the high category, Destination Image of Bandung City as a tourist city in the high category, Revisit Intention of the tourists to Bandung City in the high category, and the influence of promotions and public service quality of the destination image and it impact on the tourist revisit intention by 55.6%.*

*Keywords : Promotion, public service quality, destination image, revisit intention, Bandung City.*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena dan mendapatkan bukti empiris, juga kesimpulan mengenai pengaruh promosi dan *public service quality* terhadap *destination image* dan dampaknya pada *revisit intention* wisatawan (studi kasus pada wisatawan Kota Bandung). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. teknik sampling yang digunakan adalah sampling kebetulan. Penelitian ini melakukan survei terhadap 100 responden. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur. Hasil pada penelitian ini mengungkapkan bahwa promosi pariwisata Kota Bandung berada pada kategori baik, *public service quality* dalam mendukung pariwisata Kota Bandung berada pada kategori baik, *destination image* Kota Bandung sebagai kota wisata berada pada kategori baik, niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke Kota Bandung berada pada kategori baik, dan pengaruh promosi dan *public service quality* terhadap *destination image* dan dampaknya pada *revisit intention* wisatawan sebesar 55,6%.

Kata Kunci : Promosi, *public service quality*, *destination image*, *revisit intention*, Kota Bandung.