

## ABSTRAK

Fifian Zunita Nurcahyani. 2024. Pengaruh *City Branding*, Fasilitas, dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Alun-alun Ponorogo. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M., Pembimbing (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *City Branding*, Fasilitas, dan Pengalaman Pengunjung terhadap loyalitas pengunjung Pada Alun-alun Ponorogo. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa 1) *City Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada Alun-alun Ponorogo. 2) Fasilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada Alun-alun Ponorogo. 3) Pengalaman Pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung pada Alun-alun Ponorogo. 4) Secara simultan *City Branding*, Fasilitas, dan Pengalaman Pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pengunjung pada Alun-alun Ponorogo.

Kata kunci: *City Branding*, Fasilitas, Pengalaman Pengunjung, Loyalitas Pengunjung

## **ABSTRACT**

*Fifian Zunita Nurcahyani. 2024. The Influence of City Branding, Facilities, and Visitor Experience on Visitor Loyalty at Ponorogo City Square. Thesis. Management Study Program. Faculty of Economics and Business, PGRI Madiun University. Supervisor (I) Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M., Supervisor (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.*

*This study aimed to determine the effect of City Branding, Facilities, and Visitor Experience towards visitor loyalty at Alun-alun Ponorogo. The research method used was quantitative. The results of this study prove: (1) City Branding has a positive and significant effect towards visitor loyalty at Ponorogo Square; (2) Facilities have no effect and are not significant to visitor loyalty at Ponorogo Square; (3) Visitor Experience has a positive and significant effect towards visitor loyalty at Ponorogo Square; (4) Simultaneously City Branding, Facilities, and Visitor Experience have a positive and significant effect towards Visitor Loyalty at Ponorogo Square.*

*Keywords: City Branding, Facilities, Visitor Experience, Visitor Loyalty.*