

## ABSTRAK

Indonesia dianggap sebagai tempat terbaik untuk berlibur di dunia. Pariwisata Indonesia telah berkembang dengan cepat dalam beberapa dekade terakhir. Semua ini berdampak pada ekonomi negara dan menghasilkan peningkatan devisa. Salah satu industri yang paling cepat berkembang di dunia, pariwisata, membantu pertumbuhan ekonomi banyak negara berkembang. Selain itu, sektor lain yang mendukung industri pariwisata juga dapat berkembang. Berlibur di Indonesia dianggap sebagai tempat terbaik di dunia.

Dalam beberapa dekade terakhir, sektor pariwisata Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang cepat. Semua ini berdampak pada ekonomi negara dan menghasilkan peningkatan devisa. Pariwisata, salah satu sektor yang paling cepat berkembang di dunia, mendorong pertumbuhan ekonomi banyak negara berkembang. Sektor lain yang berkontribusi pada sektor pariwisata juga dapat berkembang.

Penelitian ini menyelidiki pengaruh branding dan citra kota terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi Kota Tasikmalaya karena kota ini memiliki banyak potensi wisata. Dengan mempertimbangkan peran Tasik Oktober Festival, pemerintah ingin meningkatkan citra dan daya tarik kota sebagai tempat wisata. Studi ini menggunakan metodologi deskriptif kausal kuantitatif.

**Kata Kunci:** *City Branding, City Image, Keputusan Berkunjung, Wisatawan, Tasik Oktober Festival.*