

## ABSTRAK

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk bepergian dari suatu tempat ketempat yang lainnya. Wisatawan Kota Bandung terus meningkat sehingga berdampak positif pada sarana akomodasi. Dengan banyaknya sarana akomodasi, Hotel Aston Pasteur harus memiliki daya saing tinggi dan strategi untuk mempertahankan minat kunjung wisatawan. Salah satunya dengan Brand Image.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode kausalitas, instrumen dibuat dengan skala likert dan disebarakan menggunakan kuesioner online melalui *google form*. Perhitungan sampel dengan formulasi Bernuolli diperoleh 100 responden dengan kriteria yang sudah pernah mengunjungi atau menginap di Hotel Aston Pasteur pada tahun 2020. Variabel yang digunakan adalah *Brand Image* dan variabel Minat kunjung. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear dengan tingkat kepercayaan 95% atau signifikansi 5%. Dan dilakukan uji parsial t serta melihat seberapa besar pengaruh dengan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini, *Brand Image* Hotel Aston Pasteur memiliki rata-rata presentase sebesar 84,125% yang memiliki kriteria sangat baik, minat kunjung Hotel Aston Pasteur memiliki rata-rata presentase sebesar 82,375% yang memiliki kriteria sangat baik. Hasil Uji koefisien determinasi diperoleh 0,684 yang artinya *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Kunjung sebesar 68,4%

**Kata Kunci : *Brand Image*, Minat Kunjung.**