

ABSTRAK

Pertumbuhan pariwisata di kota Bandung berdasarkan data yang diberikan oleh Badan Statistik Kota Bandung jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2014 dengan jumlah 5.807.564, mengalami peningkatan pada tahun 2015 dengan jumlah 6.061.094 dan pada tahun 2016 mengalami penurunan dengan jumlah 5.000.625. di tahun 2017 mengalami peningkatan dengan jumlah 6.972.758, dan mengalami peningkatan pada tahun 2018 dengan jumlah 7.328.993 ini terjadi karena perkembangan kota Bandung yang disebabkan oleh beberapa faktor. Dengan demikian hal tersebut akan meningkatkan kualitas pariwisata kota Bandung.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Efektivitas Media Promosi Youtube Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Bandung Tahun 2020 . Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan metode penelitiannya deskriptif, menggunakan metode sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan penyebaran kuesioner terhadap 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan yang dinilai untuk responden social media promosi yaitu memiliki nilai 74,97% dalam kategori sangat tinggi. nilai Keputusan berkunjung yaitu 82,71% dalam kategori sangat tinggi. mengetahui Efektivitas Media Promosi Youtube Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung adalah sebesar 24 % sedangkan sisanya 76% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci : Media Promosi , Keputusan Berkunjung

