

ABSTRAK

Nama : Siti Nur Balqis Qhomaini

Nim : 190410058

Judul : Pengaruh *Brand Destination*, Fasilitas Wisata, Dan *Brand Attachment*
Terhadap *Brand Loyalty* Pengunjung Museum Tsunami Aceh

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Brand Destination*, Fasilitas Wisata, dan *Brand Attachment* Terhadap *Brand Loyalty* Pengunjung Museum Tsunami Aceh. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Responden dalam penelitian ini adalah 100 Pengunjung Museum Tsunami Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Brand Destination* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* Pengunjung Museum Tsunami Aceh. Secara Parsial Fasilitas Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* Pengunjung Museum Tsunami Aceh. Secara Parsial *Brand Attachment* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Brand Loyalty* Pengunjung Museum Tsunami Aceh. Secara simultan menunjukkan bahwa *Brand Destination*, Fasilitas Wisata, dan *Brand Attachment* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Loyalty* Pengunjung Museum Tsunami Aceh.

Kata Kunci: *brand loyalty*, *brand destination*, fasilitas wisata dan *brand attachment*