

## ABSTRAK

**Nadira Ayu Wulan Wijayanti**, 2024. Pengaruh Sosial Media Marketing, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung Terhadap Keputusan Berkunjung Ulang Pada Pahlawan Street Center Di Kota Madiun (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Madiun). Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E.,M.M. (II) Dr. Heny Sidanti, S.E.,M. M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan bukti empiris terkait Pengaruh Sosial Media Marketing, Citra Destinasi, Kepuasan pengunjung Terhadap Keputusan Berkunjung Ulang. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 384 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sedangkan analisis data menggunakan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sosial media marketing terhadap keputusan berkunjung ulang Pahlawan Street Center. 2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ulang Pahlawan Street Center. 3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepuasan berkunjung terhadap keputusan berkunjung ulang Pahlawan Street Center. 4) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sosial media marketing, citra destinasi, kepuasan pengunjung terhadap keputusan berkunjung ulang.

**Kata Kunci:** Sosial Media Marketing, Citra Destinasi, Kepuasan Pengunjung, dan Keputusan Berkunjung Ulang

## **ABSTRACT**

***Nadira Ayu Wulan Wijayanti, 2024. The Influence of Social Media Marketing, Destination Image, Visitor Satisfaction towards the Revisit Decision to Pahlawan Street Center in Madiun City (Case Study on Madiun Community). Management Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI Madiun University. Mentor (I) Dr. Rizal UlaAnanta Fauzi, S.E., M.M. (II) Dr. Heny Sidanti, S.E., M. m***

*The aim of this study was to prove empirical evidence related to the Influence of Social Media Marketing, Destination Image, Visitor Satisfaction on the Revisit Decision. The method in this study was quantitative research. The sampling technique used purposive sampling technique, with a sample size of 384 respondents. The data collection technique used a questionnaire. While data analysis used SPSS*

*The results of the study indicate: 1) There is a positive and significant influence of social media marketing towards the decision to revisit Pahlawan Street Center; 2) There is a positive and significant influence of destination image towards the decision to revisit Pahlawan Street Center; 3) There is a positive and significant influence of visitor satisfaction towards the decision to revisit Pahlawan Street Center; 4) There is a positive and significant influence of social media marketing, destination image, visitor satisfaction towards the revisit decision.*

*Keywords: Social Media Marketing, Destination Image, Visitor Satisfaction, Revisit Decision.*