

ABSTRAK

Maretiansya Ika Pratiwi. 2026. Analisis Daya Tarik, Promosi Media Sosial, Aksesibilitas dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pahlawan *Street Center* Kota Madiun). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (1) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M Pembimbing (II) Hendra setiawan, S.E., M.M.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki pertumbuhan ekonomi diberbagai negara. Pariwisata juga menjadi salah satu sektor unggulan yang terus didorong melalui program pengembangan destinasi. Pahlawan *Street Center* (PSC) Kota Madiun sebagai salah satu destinasi wisata perkotaan terus melakukan pengembangan melalui peningkatan daya tarik wisata, pemanfaatan promosi media sosial, penyediaan aksesibilitas yang memadai, serta peningkatan kepuasan wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik, promosi media sosial, aksesibilitas dan kepuasan wisatawan secara parsial terhadap minat berkunjung kembali di Pahlawan *Street Center* Kota Madiun. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan lemeshow dengan sampel 384 orang. Dengan teknik pengumpulan data dengan kuersioner yang telah di uji validitas dan realiabilitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Uji instrument yang digunakan adalah uji validitas dan realibilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, uji t.

Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa: 1) Pengaruh Daya Tarik berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pahlawan *Street Center* Kota Madiun. 2) Pengaruh Promosi Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pahlawan *Street Center* Kota Madiun. 3) Pengaruh Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pahlawan *Street Center* Kota Madiun. 4) Pengaruh Kepuasan Wisatawan berpengaruh positif terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Pahlawan *Street Center* Kota Madiun. 5) Daya Tarik, Promosi Media Sosial, Aksesibilitas, dan Kepuasan Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Pahlawan *Street Center* Kota Madiun.

Kata Kunci : Daya Tarik, Promosi Media Sosial, Aksesibilitas, Kepuasan Wisatawan, Minat Berkunjung Kembali.

ABSTRACT

Maretiansya Ika Pratiwi. 2026. *Analysis of Attraction, Social Media Promotion, Accessibility, and Tourist Satisfaction on Revisit Intention (A Case Study of Pahlawan Street Center, Madiun City)*. Undergraduate Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Supervisor I: Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. Supervisor II: Hendra Setiawan, S.E., M.M.

The tourism sector is one of the strategic sectors that contributes to economic growth in various countries. Tourism is also a leading sector that continues to be promoted through destination development programs. Pahlawan Street Center (PSC) in Madiun City is an urban tourism destination that continues to develop by enhancing tourist attractions, utilizing social media promotion, providing adequate accessibility, and improving tourist satisfaction. This study aims to examine the partial and simultaneous effects of attraction, social media promotion, accessibility, and tourist satisfaction on revisit intention at Pahlawan Street Center, Madiun City. The sample size was determined using the Lemeshow formula, resulting in 384 respondents. Data were collected through questionnaires that were tested for validity and reliability. This study employed a quantitative research method. The analytical techniques included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and t-tests.

The results indicate that: (1) attraction has a positive effect on revisit intention at Pahlawan Street Center, Madiun City; (2) social media promotion has a positive effect on revisit intention; (3) accessibility has a positive effect on revisit intention; and (4) tourist satisfaction has a positive effect on revisit intention. Furthermore, attraction, social media promotion, accessibility, and tourist satisfaction simultaneously have a significant effect on revisit intention at Pahlawan Street Center, Madiun City.

Keywords: *Attraction, Social Media Promotion, Accessibility, Tourist Satisfaction, Revisit Intention.*