ABSTRAK

Almira Dwi Agatha. 2026. Pengaruh *Social Media* Instagram, Historis Dan Daya Tarik Visual Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Pada Wisata Benteng Van Den Bosch Ngawi**.** Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Hari Purwanto, S.E, M.M. Pembimbing (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *social media* Instagram, historis, dan daya tarik visual terhadap kepuasan wisatawan melalui keputusan berkunjung pada wisata Benteng Van Den Bosch Ngawi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *path analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung maupun kepuasan wisatawan. Keputusan berkunjung juga berperan sebagai variabel mediasi dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Temuan ini menunjukkan pentingnya promosi digital, penguatan nilai historis, dan peningkatan daya tarik visual untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata *heritage*.

Kata kunci: *Social Media* Instagram, Historis, Daya Tarik Visual, Keputusan Berkunjung, Kepuasan Wisatawan.

ABSTRACT

Almira Dwi Agatha. 2026. The Influence of Social Media Instagram, Historical and Visual Appeal on Tourist Satisfaction Through Visiting Decisions at Van Den Bosch Fortress Tourism in Ngawi. Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Hari Purwanto, S.E, M.M. Pembimbing (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E, M.M.

This study aims to analyze the influence of social media, Instagram, historical sites, and visual appeal on tourist satisfaction through their decision to visit Fort Van Den Bosch in Ngawi. The study used a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires and analyzed using path analysis. The results showed that all independent variables had a positive and significant influence on both the decision to visit and tourist satisfaction. The decision to visit also served as a mediating variable in increasing tourist satisfaction. These findings demonstrate the importance of digital promotion, strengthening historical value, and enhancing visual appeal to enhance the competitiveness of heritage tourism destinations.

Keywords: Instagram Social Media, History, Visual Appeal, Visit Decision, Tourist Satisfaction.