

ABSTRAK

Yulia Andrian. 2025. Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Monumen Kresek Madiun. Skripsi. Progam 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 untuk menganalisis pengaruh daya tarik, fasilitas, dan promosi melalui media sosial terhadap minat berkunjung kembali ke Monumen Kresek di Kabupaten Madiun, Jawa Timur. Monumen ini merupakan situs bersejarah yang dibangun untuk mengenang peristiwa pembantaian tahun 1948 oleh Partai Komunis Indonesia (PKI), serta menjadi simbol perjuangan masyarakat dalam mempertahankan ideologi bangsa. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan metode survei melalui kuesioner kepada pengunjung Monumen Kresek. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peningkatan kualitas daya tarik wisata, penyediaan dan pemeliharaan fasilitas, serta optimalisasi promosi melalui media sosial secara kreatif dan emosional.

Kata Kunci: Daya Tarik, Fasilitas, Promosi Media Sosial, Minat Berkunjung Kembali.

ABSTRACT

Yulia Andrian. 2025. *The Influence of Attractions, Facilities, and Social Media Promotion towards Revisit Intention at the Kresek Monument in Madiun. Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI Madiun University. Supervisor (I) Dr. Hari Purwanto, S.E., M.M., Supervisor (II) Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.*

This study aims to analyze the influence of attractions, facilities, and social media promotion towards revisit intention at the Kresek Monument in Madiun Regency, East Java. This monument is a historical site built to commemorate the 1948 massacre by the Indonesian Communist Party (PKI) and serves as a symbol of the people's struggle to defend the nation's ideology. A quantitative approach was used, using a survey method administered through a questionnaire to visitors to the Kresek Monument. Data analysis was performed using multiple linear regression using SPSS 25. The results show that all three independent variables had a positive and significant effect towards revisit intention. These findings indicate the importance of improving the quality of tourist attractions, providing and maintaining facilities, and optimizing creative and emotional promotion through social media.

Keywords: Attractions, Facilities, Social Media Promotion, Revisit Intention.