

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG OBJEK WISATA GATEP LAWAS
AMBENGAN**

Oleh

Putu Nila Anggarani, NIM 2117041001

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh daya tarik wisata dan *social media marketing* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, rancangan kausal dengan pengunjung objek wisata Gatep Lawas Ambengan sebagai partisipan. Dalam studi ini, daya tarik wisata, *social media marketing* dan kepuasan pengunjung merupakan sebagai objek penelitian. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel adalah 110. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini mengungkapkan beberapa temuan yaitu; (1) daya tarik wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, (2) *social media marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (3) daya tarik wisata dan *social media marketing* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Kata Kunci: daya tarik wisata, kepuasan pengunjung, *social media marketing*

***THE INFLUENCE OF TOURIST ATTRACTION AND SOCIAL MEDIA
MARKETING ON VISITOR SATISFACTION OF GATEP LAWAS
AMBENGAN TOURIST ATTRACTION***

By

Putu Nila Anggarani, NIM 2117041001

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of tourist attraction and social media marketing partially and simultaneously on visitor satisfaction of Gatep Lawas Ambengan tourist attraction. The approach used in this research is quantitative, causal design with visitors to Gatep Lawas Ambengan tourist attraction as participants. In this study, tourist attraction, social media marketing and visitor satisfaction are the objects of research. The sample determination in this study used purposive sampling technique with a total sample size of 110. The data collection method used was a questionnaire. Data analysis was carried out using multiple linear regression analysis methods. The results in this study reveal several findings, namely: (1) tourist attraction has a positive and significant effect on visitor satisfaction, (2) social media marketing has a positive and significant effect on visitor satisfaction, (3) tourist attraction and social media marketing together affect visitor satisfaction.

Keywords: tourist attraction, visitor satisfaction, social media marketing