

ABSTRAK

Nama : Wahda Tunisa
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *social media marketing*, fasilitas wisata, *customer satisfaction* terhadap minat kunjungan ulang wisatawan Mepar *camping* Takengon

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, fasilitas wisata, *customer satisfaction* terhadap minat kunjungan ulang wisatawan Mepar *camping* Takengon. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Mepar *camping* Takengon. Data untuk penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat statistik SPSS (*Statistical Package For The Social Sciences*) Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow. Analisis yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dan koefisien determinasi sedangkan uji hipotesis menggunakan uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang, fasilitas wisata secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat kunjungan ulang dan *customer satisfaction* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Nilai Adjusted R Square sebesar 45,7% sedangkan sisanya sebesar 54,3% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

Kata Kunci : *social media marketing*, fasilitas wisata, *customer satisfaction*, minat kunjungan ulang

ABSTRACT

*Name : Wahda Tunisa
Study Program : Management
Title : The influence of social media marketing, tourist facilities, customer satisfaction on the interest in returning tourists to Mepar camping Takengon*

This research aims to determine the influence of social media marketing, tourist facilities, customer satisfaction on the interest in returning tourists to Mepar camping Takengon. The population in this study were tourists who visited Mepar Camping Takengon. The data for this research uses a questionnaire as a data collection instrument. This research uses a quantitative approach using the statistical tool SPSS (Statistical Package For The Social Sciences). The number of samples used in this research was 100 respondents and the sampling technique in this research used the lemeshow formula. The analysis used is the multiple linear regression test and coefficient of determination, while the hypothesis test uses the T test. The results of this study show that partially social media marketing has a positive and significant effect on interest in repeat visits, tourism facilities partially have a negative and insignificant effect on Interest in repeat visits and customer satisfaction partially have a positive and significant effect on interest in repeat visits. The Adjusted R Square value is 45.7% while the remaining 54.3% can be explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Social media marketing, tourist facilities, customer satisfaction, interest in repeat visits*