

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing*, Fasilitas Wisata, Citra Destinasi dan Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung Wisata Blitar Park” yang ditulis oleh Sofia Nur Izzati, NIM. 126405202209, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pembimbing Rendra Erdhadifa, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pesaing bisnis pariwisata yang serupa sehingga persaingan semakin ketat. Dibutuhkan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan menarik lebih banyak pengunjung diantaranya yaitu meningkatkan minat berkunjung. Minat kunjungan Blitar Park belum maksimal sehingga perlu dipelajari lebih mendalam indikator-indikator yang mempengaruhi minat berkunjung pada Blitar Park. Diselenggarakannya penelitian ini guna mendapatkan tujuan yakni untuk pengaruh *social media marketing*, fasilitas wisata, citra destinasi dan daya tarik terhadap minat berkunjung wisata Blitar Park.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode quota sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *social media marketing*, fasilitas wisata, citra destinasi dan daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisata Blitar Park. Secara parsial variabel citra destinasi dan daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisata Blitar Park. Untuk variabel *social media marketing* dan fasilitas wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung wisata Blitar Park.

**Kata kunci:** Citra Destinasi, Daya Tarik, Fasilitas Wisata, *Social Media Marketing*

## **ABSTRACT**

*The thesis titled “The Influence of Social Media Marketing, Tourist Facilities, Destination Image, and Attraction on the Interest in Visiting Blitar Park” written by Sofia Nur Izzati, Student ID 126405202209, in the Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, under the supervision of Rendra Erdhadifa, M.Si.*

*This research is motivated by the intense competition among similar tourism businesses, which demands effective strategies to retain and attract more visitors, including increasing the interest in visiting. The interest in visiting Blitar Park has not yet reached its potential, therefore, there is a need for deeper exploration of the indicators influencing the interest in visiting Blitar Park. This research was carried out to achieve the goal, namely to influence social media marketing, tourist facilities, destination image and attractiveness towards interest in visiting Blitar Park tourism.*

*This study employs a quantitative approach and associative research type. This study used primary data which were collected using a quota sampling method, with a sample of 100 respondents. The data analysis utilized in this research is multiple linear regression analysis with the aid of SPSS 16.*

*The result of this study shows that simultaneously, social media marketing, tourist facilities, destination image, and attraction have a positive and significant influence on the interest in visiting Blitar Park. Partially, the variables of destination image and attraction have a positive and significant influence on the interest in visiting Blitar Park, whereas social media marketing and tourist facilities do not significantly affect the interest in visiting Blitar Park.*

***Keywords: Destination Image, Attraction, Tourist Facilities, Social Media Marketing***