

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT BERKUNJUNG  
KEMBALI DIMEDIASI OLEH KEPUASAN WISATAWAN DAN *DIGITAL  
MARKETING INTERACTIONS* (DMI)**

**(Studi Pada Obyek Wisata Tumpeng Menoreh Kulon Progo, Yogyakarta)**

**Adelia Dini Nusa Indah**

**NIM. 141210030**

**E-mail : [adeliadininusa50@gmail.com](mailto:adeliadininusa50@gmail.com)**

**Dosen Pembimbing :**

**Dra. Dyah Sugandini, S.E., M.Si.**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap niat berkunjung kembali dengan mempertimbangkan peran kepuasan wisatawan dan *digital marketing interactions* (DMI) sebagai variabel mediasi. Media sosial menjadi salah satu alat pemasaran yang sangat berpengaruh dalam membentuk minat wisatawan, sementara kepuasan wisatawan dan interaksi pemasaran digital dapat memperkuat hubungan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden yang telah mengunjungi Tumpeng Menoreh, Kulon Progo. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, baik secara langsung maupun melalui kepuasan wisatawan dan DMI sebagai variabel mediasi. Temuan ini menegaskan bahwa strategi pemasaran digital yang efektif, keterlibatan aktif dengan wisatawan, serta penyediaan informasi yang akurat melalui media sosial dapat meningkatkan loyalitas dan kunjungan ulang wisatawan.

**Kata kunci:** Media Sosial, Niat Berkunjung Kembali, Kepuasan Wisatawan, *Digital Marketing Interactions* (DMI).