

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh eksposur konten wisata di media sosial dan daya tarik destinasi terhadap minat kunjungan ulang melalui kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada Pantai Tlangoh, Kabupaten Bangkalan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh wisatawan yang pernah berkunjung ke Pantai Tlangoh dan aktif menggunakan media sosial. Sampel berjumlah 100 responden yang dipilih berdasarkan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, di mana ukuran minimal sampel ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow. Instrumen penelitian berupa kuesioner menggunakan skala Likert lima poin yang mengukur variabel eksposur konten wisata di media sosial, Daya Tarik Destinasi, kepuasan wisatawan, dan minat kunjungan ulang. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksposur konten wisata di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, tetapi tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Daya Tarik Destinasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan serta minat kunjungan ulang. Kepuasan wisatawan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Pengujian mediasi membuktikan bahwa kepuasan wisatawan mampu memediasi secara signifikan pengaruh eksposur konten wisata di media sosial (*full mediation*) dan Daya Tarik Destinasi (*partial mediation*) terhadap minat kunjungan ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan promosi melalui media sosial dan keunggulan fisik daya tarik destinasi di lapangan secara simultan mampu membangun kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya menjadi faktor pendorong mutlak dalam meningkatkan minat kunjungan ulang ke Pantai Tlangoh.

Kata kunci: Eksposur Konten, Daya Tarik Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Minat Kunjungan Ulang, Pantai Tlangoh.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of social media tourism content exposure and Daya Tarik Destinasi on revisit intention through tourist satisfaction as a mediating variable at Tlangoh Beach, Bangkalan Regency. The research employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of tourists who had visited Tlangoh Beach and were active on social media. A total of 100 respondents were selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach, where the sample size was determined by the Lemeshow formula. The research instrument was a structured questionnaire measured using a five-point Likert scale covering the variables of tourism content exposure, Daya Tarik Destinasi, tourist satisfaction, and revisit intention. Data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings indicate that tourism content exposure on social media has a positive and significant effect on tourist satisfaction, but does not directly influence revisit intention. On the other hand, Daya Tarik Destinasi significantly and positively influences both tourist satisfaction and revisit intention. Furthermore, tourist satisfaction positively and significantly drives revisit intention. The mediation analysis confirms that tourist satisfaction significantly mediates the effects of both social media content exposure (full mediation) and Daya Tarik Destinasi (partial mediation) on revisit intention. These findings imply that maximizing social media promotions and enhancing destination physical attributes simultaneously generate overall tourist satisfaction, which in turn acts as a vital catalyst to increase sustainable revisit intention to Tlangoh Beach.

Keywords: *Content Exposure, Daya Tarik Destinasi, Tourist Satisfaction, Revisit Intention, Tlangoh Beach*