

ABSTRAK

Nasyifa, Pengaruh Media Sosial Instagram Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung Objek Wisata Setigi Gresik di Bawah Bimbingan Suyono, SE., M.S.M.

Penelitian yang didasarkan pada kurangnya pemberian konten serta pemberian informasi yang luas di media sosial menjadi alasan utama diantara gempuran persaingan dan pemanfaatan media sosial yang dapat digunakan untuk menambah minat berkunjung pada objek wisata Setigi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat minat berkunjung objek wisata Setigi berdasarkan hasil penggunaan dan perolehan informasi dari adanya media sosial instagram serta adanya electronic word of mouth. Variabel pada penelitian ini yaitu media sosial instagram dan variabel electronic word of mouth menjadi variabel bebas sedangkan untuk variabel terikat yaitu minat berkunjung pada objek wisata Setigi Gresik. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan perhitungan statistik SPSS dengan total responden yang dibutuhkan sebanyak 99. Hasil yang telah ditemukan berdasarkan permasalahan yang ada yaitu adanya pengaruh signifikan antara variabel media sosial instagram terhadap minat berkunjung, variabel electronic word of mouth juga telah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung, serta adanya pengaruh simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Electronic Word of Mouth, Minat Berkunjung

ABSTRACT

Nasyifa, *The Influences of Social Media Instagram and Electronic Word of Mouth Towards Tourist Visiting Interest In Setigi Gresik, Under The Guidance Of Suyono, S.E., M.S.M.*

Research based on the lack of content provision and the provision of extensive information on social media is the main reason between the onslaught of competition and the use of social media that can be used to increase interest in visiting Setigi tourism objects. The aim was to determine the level of interest in visiting Setigi tourism objects based on the results of using and obtaining information from the social media Instagram and the presence of electronic word of mouth. The variables in this study is social media Instagram and electronic word of mouth variables, which became independent variables, while the dependent variable was interest in visiting Setigi Gresik tourism objects. This study uses a quantitative approach method using SPSS statistical calculations with a total of 99 respondents. The results that have been found based on the existing problems are that there is a significant influence between Instagram social media variables on visiting interest, the electronic word of mouth variable has also had a significant influence. significant to the interest in visiting, as well as the simultaneous influence of the independent variables on the dependent variable.

Keyword: *Social Media Instagram, Electronic Word of Mouth and Tourist Visiting Interest*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	10
1.3 TUJUAN PENELITIAN	11
1.4 MANFAAT PENELITIAN	11
BAB II TINJAUAN TEORI.....	13
2.1 Kajian Teoris	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.3 Bauran Promosi	15
2.1.4 Media Sosial	16
2.1.5 Instagram	19
2.1.6 Electronic Word of Mouth.....	21
2.1.7 Minat Berkunjung.....	23
2.1.8 Pariwisata.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hubungan Antar Variabel	36
2.4.1 Media Sosial Instagram dengan Minat Berkunjung	36
2.4.2 <i>Electronic Word of Mouth</i> dengan Minat Berkunjung	37
2.5 Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39

3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Jenis Pendekatan Penelitian	39
3.3 Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel	40
3.4 Jenis Sumber Data.....	41
3.4.1 Data Primer	41
3.4.2 Data Sekunder.....	42
3.5 Definisi Operasional Variabel	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian	44
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.6.4 Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Wisata Setigi Gresik	50
4.1.2 Deskripsi responden	51
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Hasil Butir Pernyataan.....	58
4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	61
4.2.1 Uji Instrumen Validitas	61
4.2.2 Uji Instrumen Reliabilitas	63
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.1 Uji Normalitas	64
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	65
4.3.3 Uji Multikolinieritas	67
4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
4.5 Hasil Uji Hipotesis	69
4.5.1 Uji Parsial (t)	69
4.5.2 Uji Simultan (f)	71
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
4.6 Pembahasan	73
4.6.1 Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung.....	73

4.6.2	Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Berkunjung	75
4.6.3	Pengaruh Media Sosial Instagram dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Berkunjung.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		84
LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian		84
LAMPIRAN 2 Data Responden		90
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data.....		98
LAMPIRAN 4 Hasil Uji Instrumen		100
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Asumsi klasik		105
LAMPIRAN 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....		108
LAMPIRAN 7 Hasil Uji Hipotesis		110

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Gresik 2019-2022.....	4
Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Gresik 2019-2022 (lanjutan) ...	5
Tabel 1. 3 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Setigi Gresik	6
Tabel 1. 4 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Objek Wisata Setigi Gresik (lanjutan)....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu (lanjutan)	31
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu (lanjutan)	32
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu (lanjutan)	33
Tabel 3. 1 Pemberian Nilai pada Kuesioner Responden.....	41
Tabel 3. 2 Tabel Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. 1 Spesifikasi Responden Berdasarkan Hasil Domisili.....	52
Tabel 4. 2 Spesifikasi Responden Berdasarkan Hasil Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 3 Spesifikasi Responden Berdasarkan Hasil Usia.....	53
Tabel 4. 4 Spesifikasi Responden Berdasarkan Hasil Jumlah Kunjungan	54
Tabel 4. 5 Spesifikasi Berdasarkan Hasil Pekerjaan Responden.....	55
Tabel 4. 6 Spesifikasi Responden Berdasarkan Hasil Pendapatan Perbulan.....	56
Tabel 4. 7 Spesifikasi Responden Berdasarkan Hasil Pengeluaran Perbulan.....	56
Tabel 4. 8 Spesifikasi Responden Berdasarkan Hasil Akses Instagram	57
Tabel 4. 9 Spesifikasi Berdasarkan Hasil Butir Pernyataan X1	59
Tabel 4. 10 Spesifikasi Berdasarkan Hasil Butir Pernyataan X2	60
Tabel 4. 11 Spesifikasi Berdasarkan Hasil Butir Pernyataan Y	61
Tabel 4. 12 Uji Hasil Validitas Perindikator Variabel	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	63
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Normalitas Kolmogorov-Smirnov	65
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	66
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Multikolinearitas	67
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Parsial (t).....	69
Tabel 4. 19 Hasil Uji Parsial (t) Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.....	70
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Simultan (f).....	71
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	64
Gambar 4. 2 Hasil Uji Hiteroskedastisitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	84
LAMPIRAN 2 Data Responden	90
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data.....	98
LAMPIRAN 4 Hasil Uji Instrumen	100
LAMPIRAN 5 Hasil Uji Asumsi klasik	105
LAMPIRAN 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	108
LAMPIRAN 7 Hasil Uji Hipotesis	110