

**PENGARUH AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @desasuntenjaya
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN KE DESA
SUNTENJAYA, KECAMATAN LEMBANG, KABUPATEN BANDUNG
BARAT**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Dalam Menyelesaikan
Program Strata-1**



Disusun Oleh:

Ghifari Fajar Firdaus

201721750

**PROGRAM STUDI STUDI DESTINASI PARIWISATA
JURUSAN KEPARIWISATAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @desasuntenjaya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Suntenjaya

NAMA : Ghifari Fajar Firdaus
NIM : 201721750
PROGRAM STUDI : Studi Destinasi Pariwisata
JURUSAN : Kepariwisataan

Pembimbing I,



Nurdin Hidayah, S.ST.Par., M.M

NIP. 198101022009121004

Pembimbing II,



Sugeng Hermanto, S.Sos.,MM.Par

NIP. 195812121993031001

Bandung, 30 Maret 2022

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi dan Akademik

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.

19730723 199503 2 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Ghifari Fajar Firdaus
Tempat, Tanggal Lahir : Subang, 17 September
NIM : 201721750
Program Studi : Studi Destinasi Pariwisata
Jurusan : Kepariwisataan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul: PENGARUH AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @desasuntenjaya TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE DESA WISATA SUNTENJAYA, KECAMATAN LEMBANG, KABUPATEN BANDUNG BARAT ini adalah hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di POLTEKPAR Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari tim pembimbing.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Bandung, 2 April 2022
Yang membuat pernyataan,


58BF9AJX745069553
GHIFARI FAJAR FIRDAUS

201721750

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian berjudul **Pengaruh Akun Media Sosial Instagram @desasuntenjaya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Desa Wisata Suntenjaya**. Penulisan proposal ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program Strata-1 Program Studi - Studi Destinasi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung (STP Bandung).

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah membantu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos., M.M.Par., selaku Ketua Program Studi Destinasi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung
3. Bapak Nurdin Hidayah. selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberi ilmu sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal ini
4. Bapak Sugeng Hermanto, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberi ilmu sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal ini
5. Keluarga dan Teman yang selalu mendoakan dan mendukung penulis dalam penulisan proposal ini

Dalam penyajian proposal skripsi ini, penulis menyadari masih banyaknya kendala dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sebagai bahan masukan yang bermanfaat. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandung, 30 Maret 2022

Penulis

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Gambar.....	vi
Daftar Tabel.....	vii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Keterbatasan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	14
C. Kerangka Pemikiran.....	16
D. Hipotesis Penelitian.....	16
BAB 3.....	18
METODOLOGI PENELITIAN.....	18
A. Metode Penelitian.....	18
B. Objek Penelitian.....	18
C. Populasi dan Sampel.....	18
D. Metode Pengumpulan Data.....	21
E. Uji Validitas dan Realibilitas.....	22
F. Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 6.....	25
G. Analisis Data.....	28
H. Jadwal Penelitian.....	32
BAB 4.....	33
PEMBAHASAN.....	33
A. Hasil Penelitian.....	33
B. Pembahasan Penelitian.....	52

BAB 5	63
SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	63
A. Simpulan	63
B. Implikasi	64
C. Saran.....	64
Daftar Pustaka	68
Lampiran.....	70

Daftar Gambar

Gambar 1 Data Pengguna Instagram Indonesia	3
Gambar 2 Akun @desasuntenjaya	5
Gambar 3 Apakah Responden Pernah Mengunjungi Desa Wisata Suntenjaya	33
Gambar 4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Gambar 5 Karakteristik Berdasarkan Umur	34
Gambar 6 Karakteristik Berdasarkan Daerah Asal	35
Gambar 7 Tanggapan Responden Terhadap Profil Akun.....	36
Gambar 8 Tanggapan Responden Terhadap Keaktifan Akun	36
Gambar 9 Tanggapan Responden Terhadap Konten.....	37
Gambar 10 Tanggapan Responden Terhadap Keterangan	37
Gambar 11 Tanggapan Responden Terhadap Like	38
Gambar 12 Tanggapan Responden Terhadap Komentar.....	38
Gambar 13 Tanggapan Responden Terhadap Hastag	39
Gambar 14 Garis Kontinum Variabel Akun Instagram.....	40
Gambar 15 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Desa Wisata Suntenjaya Melalui Akun Instagram.....	41
Gambar 16 Tanggapan Responden Terhadap Pertimbangan Untuk Berkunjung .	41
Gambar 17 Tanggapan Responden Terhadap Ketertarikan Berkunjung.....	42
Gambar 18 Tanggapan Responden Terhadap Pencarian Informasi Lebih Mengenai Desa Wisata Suntenjaya	42
Gambar 19 Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Untuk Berkunjung	43
Gambar 20 Garis Kotinum Variabel Minat kunjungan	44
Gambar 21 Profil Akun Instagram @desasuntenjaya	53
Gambar 22 Unggahan Akun Berupa Foto Dan Video	54
Gambar 23 Unggahan Akun Instagram @desasuntenjaya	55
Gambar 24 Unggahan Akun Instagram @desasuntenjaya.....	55
Gambar 25 Unggahan Akun Instagram @desasuntenjaya.....	56

Daftar Tabel

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2 Skala Likert	22
Tabel 3 Hasil Uji Validitas	23
Tabel 4 HASIL UJI REALIBILITAS	24
Tabel 5 Operasional Variabel.....	25
Tabel 6 Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 7 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 8 Hasil Uji Linearitas	45
Tabel 9 Hasil Uji Heteroskedastitas	46
Tabel 10 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	47
Tabel 11 Model Summary.....	48
Tabel 12 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 13 Hasil Uji T	50

Daftar Pustaka

- Adinda, & Pangestuti. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram @exploremalang Terhadap Minat Berkunjung *Followers* ke Suatu Destinasi, vol.27.
- Atmoko, BambangDwi. (2012). Instagram Handbook. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Cresswel, W. John. (2013). *Research design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Metode Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamdan, Asep. 2019. "PENGARUH PENGALAMAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI INDUSTRI MIE INSTAN INDONESIA." Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi.
- Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2019.<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1): 59- 68.
- Kotler, Philip &Amstrong, Gary. (2005). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip, Jhon T. Bowen, and James C. Makens.2006. Marketing Hospitality and Tourism. Fourth Edition. New Jersey: Pearson Education.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex-Gramedia.
- Purwanto, Erwan dan Sulistyastuti, Dyah. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media
- Ridwan dan Kuncoro Achmad. (2007). Cara Menggunakan Dan Memaknai Analisis Jalur. Bandung: Alfabeta.
- Silvia, S. (2019). The Importance of Social Media and Digital Marketing to Attract Millennials' Behavior as a Consumer. *Journal of International Business Research and Marketing*, 4 (2): 7-10.

- Sandjojo, Nidjo. (2011). *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) Dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Siar Harapan.
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Satori, Djam'an. & Komariah, Aan. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, Leon G, dan Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Consumer Behaviour 7e, Int.Edition*. New Jersey: Prenhallindo.
- Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana & Priyatna. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Tsabita.
- Sulaiman, Samsudin dan Kusherdyana. (2012). *Pengantar Statistika Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Wicaksono, M. A. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan, 4(2), 1–13.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Relly Media. Inc.