

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN DI KOTA TOMOHON**

SKRIPSI

IMANUEL FEYTI PIJOH

17071011



PROGRAM STUDI HOSPITALITY DAN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA

UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE MANADO

MANADO

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN DI KOTA TOMOHON**

Immanuel Feyti Pijoh

17071011

Telah diujikan di depan komisi penguji

Pada tanggal 15 Juli 2021

Komisi Penguji,

Pembimbing


Dr. Stevanus Ngenget, S.S., M.A

Penguji


Prof. Dr. Johanis Ohoitumur



Jelly Walansendow, S.E., S.ST.Par., M.Si.




Steven Yones Kawatak, S.E., M.Ec

Skripsi ini telah diterima sebagai sebagian persyaratan


Untuk meraih gelar Sarjana

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pariwisata


Dr. Stevanus Ngenget, S.S., M.A

Ketua Program Studi Hospitality dan Pariwisata


Machiko N. Indriyanto, S.E.Par, M.Par.

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON DECISION TO VISIT TOURISTS
IN CITY OF TOMOHON

Imanuel Feyti Pijoh

Catholic University of De La Salle Manado

2021

Tourism is a sector that have a positive impact on improving the economy of a region or a country. In Indonesia, especially in North Sulawesi Province, which has various types of tourist attractions with their own uniqueness, especially in Tomohon City. This cool and beautiful city is one of the areas that must be visited when traveling in North Sulawesi. Marketing through social media Instagram and Facebook from the Marketing Sector has never been measured before. So it must be analyzed in order to determine the influence of marketing through social media Instagram and Facebook on the decision to visit tourists to Tomohon City. Questionnaires were distributed directly to tourists visiting some of Tomohon's top tourist attractions. The sample used is 100 respondents. Sampling method using incidental sampling method. Processing of data obtained from respondents using SPSS and Smart PLS software. The results obtained from the research show that there is a significant effect with the acquisition of a value of 5.271 on the Instagram Social Media Marketing variable (X1) on the Visiting Decision variable (Y). The Facebook Social Media Marketing Variable has an insignificant effect on the Visiting Decision (Y) variable with a value of 0.959. The overall results of the study indicate that marketing through social media can be used by the Tomohon City Tourism Marketing Division in improving tourist visiting decisions.

Keywords: *Instagram Social Media, Facebook Social Media, and Visiting Decisions.*

ABSTRAK
PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN DI KOTA TOMOHON

Imanuel Feyti Pijoh

Universitas Katolik De La Salle Manado

2021

Pariwisata merupakan sektor yang dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah maupun suatu negara. Di Indonesia terlebih khusus di Provinsi Sulawesi Utara yang memiliki berbagai jenis atraksi wisata dengan keunikan tersendiri terlebih khusus di Kota Tomohon. Kota yang sejuk dan indah ini merupakan salah satu daerah yang wajib dikunjungi ketika berwisata di Sulawesi Utara. Pemasaran melalui media sosial instagram dan facebook dari Bidang Pemasaran belum pernah di ukur sebelumnya. Sehingga harus dianalisa agar dapat mengetahui pengaruh dari pemasaran melalui media sosial Instagram dan Facebook terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kota Tomohon. Kuesioner dibagikan langsung kepada wisatawan yang berkunjung di beberapa tempat wisata unggulan Tomohon. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *incidental sampling*. Pengolahan data yang diperoleh dari responden menggunakan *software* SPSS dan Smart PLS. hasil yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan dengan perolehan nilai 5,271 pada variabel Pemasaran Media Sosial Instagram (X1) terhadap variabel Keputusan Berkunjung (Y). Variabel Pemasaran Media Sosial Facebook memberikan pengaruh tidak signifikan pada variabel Keputusan Berkunjung (Y) dengan perolehan nilai 0,959. Hasil keseluruhan dari penelitian menunjukkan bahwa pemasaran melalui media sosial dapat digunakan oleh Bidang Pemasaran Pariwisata Kota Tomohon dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Media Sosial Facebook, dan Keputusan Berkunjung

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat-Nya yang telah dianugerahkan sehingga penulisan skripsi dapat diselesaikan dengan judul “Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Kota Tomohon” yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Pariwisata Jurusan Hospitality dan Pariwisata Universitas Katolik De La Salle Manado.

Selama proses penyusunan skripsi ini terdapat hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis, tetapi bisa terselesaikan dengan baik dan dalam batas waktu yang ditentukan berkat bimbingan serta bantuan secara spiritual dan moral. Maka dari itu, diucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Johanis Ohoitumur selaku Rektor Universitas Katolik De La Salle Manado dan juga sebagai Dosen Penguji I,
2. Dr. Stevanus Ngenget, S.S., M.A selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Katolik De La Salle Manado, Dosen Pembimbing Akademik, Dosen Pembimbing Skripsi I, dan juga sebagai Dosen Penguji II,
3. Machiko N. Indriyanto, S.E.Par., M.Par selaku Ketua Program Studi Fakultas Pariwisata Universitas Katolik De La Salle Manado,
4. Jelly Walansendow, S.E., S.ST.Par., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi II,
5. Steven Yones Kawatak, S.E., M.Ec. selaku Dosen Penguji III,

6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Pariwisata yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Responden yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk membantu dalam pengisian kuesioner.
8. Prof. Ir. Dr. Laurentius Rumokoy, M.Sc, DESS., Chrisnaldus Roring, SE.Par., MAP, Christine P. E. Porajow, S.ST.Par., M.Par, dan Christi J. Wullur, S.Si yang memberikan arahan dan masukan pada peneliti.
9. Mama Selvi Wolah, kakak-kakak dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
10. Pembina dan teman-teman Ikatan Nyong Noni Universitas Katolik De La Salle Manado, terlebih khusus Dr. Stella Kaunang, S.Pi., M.Si., Deiby Tiwow, S.Pd., M.Pd., Pascal Rampengan, SH., Shania Wantalangi, Reynaldi Kerap, Jolio Meloh, dan Valdano Doodoh yang sudah memberikan dukungan dan bantuan selama proses pembuatan skripsi.
11. Regen, Kordia, Gracia, Aurel, Juan, Johanes, dan seluruh teman-teman angkatan 2017 Fakultas Pariwisata yang sudah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
12. Stacia, Drigita, Vincentia, Nikita, Defry, Roul, Meivy L, Randy, Dewi, Silvana, Inggrit, Fricil, Meivy K, dan Winatia yang sudah membantu dan memberi dukungan selama proses perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasannya pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu

penulis mengharapkan adanya saran dan masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bisa berguna bagi para pembaca sekalian.

Manado, Juli 2021

Penulis

Immanuel Feyti Pijoh

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERNYATAAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Gambaran Umum	12
2.2 Kerangka Teoritis	14
2.2.1 Teori Pemasaran Digital.....	14
2.2.3 Teori Keputusan Berkunjung	23
2.3 Penelitian Terdahulu.....	32
2.4 Kerangka Pemikiran	34

2.5	Hipotesis Penelitian	36
BAB III: METODE PENELITIAN		37
3.1	Pendekatan Penelitian.....	37
3.2	Objek Penelitian	37
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	37
3.2.2	Waktu Penelitian.....	38
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel.....	39
3.4	Metode Pengumpulan Data	41
3.5	Variabel Penelitian	42
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	44
3.6.1	Uji Validitas	44
3.6.2	Uji Reliabilitas	45
3.7	Analisis Data	46
3.7.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	47
3.7.2	Model Structural (Inner Model).....	50
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Pengujian Instrumen.....	53
4.1.1	Karakteristik Responden.....	53
4.1.2	Hasil Uji Validitas.....	55
4.1.3	Hasil Uji Reliabilitas	57
4.2	Analisis Data	58
4.2.1	Model Pengukuran (Outer Model).....	61

4.2.2 Model Struktural (Inner Model).....	65
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	77