

**PENGARUH PROMOSI DAN KONTEN SOSIAL MEDIA SEBAGAI UPAYA
MENARIK MINAT WISATAWAN DALAM MENGGUNAKAN JASA
MASDI TOUR AND TRAVEL**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

**Nama : Tri Saputra
NPM : 061940612559**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

202

**PENGARUH PROMOSI DAN KONTEN SOSIAL MEDIA SEBAGAI
UPAYA MENARIK MINAT WISATAWAN DALAM MENGGUNAKAN
JASA PADA MASDI TOUR AND TRAVEL**



**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh :

**Nama : Tri Saputra
NPM : 051940612559**

Menyetujui,

Pembimbing I

**A Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M
NIP 196008061989101001**

Palembang, Agustus 2023

Pembimbing II

**Lisnini S.E., M.Si
NIP 195904211989102001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPA
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata**

**Yulia Pebrianti, S.E.I, M.Si
NIP 198602262015042002**

LEMBAR PENGESAHAN




Nama : Tri Saputra
NPM : 061940612559
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Konten Sosial Media Sebagai Upaya Menarik Minat Wisatawan Dalam Menggunakan Jasa Masdi Tour and Travel

Telah Dipertahakan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan Dinyatakan Lulus

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 23 Agustus 2023

Tim Penguji

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Desloehal Djumrianti, S.E., M.I.S., Ph.D., C.CL</u> Ketua		25 / 08 / 2023
2.	<u>Purwati, S.E., M.M</u> Anggota		22 / 08 / 2023
3.	<u>Jusmawi Bustan, S.E., M.Si</u> Anggota		1 / 09 / 2023

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Saputra
NPM : 061940612559
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Konten Sosial Media Sebagai Upaya
Menarik Minat Wisatawan Dalam Menggunakan Jasa Tour
Pada Masdi Tour and Travel

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya saya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulis skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang,

2023

Penulis



Tri Saputra

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Semua yang terjadi adalah takdir, namun takdir bisa dirubah dengan cara berusaha dan berikhtiar semaksimal mungkin.

(Trisppt)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. (Q.S Al-Insyirah 7-8).

Saya Persembahkan Untuk:

- Kedua orang tua ku yang saya cintai dan selalu memberikan nasihat, kesabaran, pengorbanan, dan doa yang tidak pernah putus hingga sekarang
- Teman seperjuangan Politeknik Negeri Sriwijaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh promosi dan konten sosial media, khususnya Instagram, dalam menarik minat wisatawan untuk menggunakan jasa tour pada Masdi Tour and Travel. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan fokus pada platform media Instagram. Data primer diperoleh dari 100 responden melalui kuisioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, literatur, jurnal, dan internet. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi dan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli wisatawan. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan pada instrumen valid dan reliabel. Hasil uji t menunjukkan bahwa promosi dan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil uji F menunjukkan bahwa promosi dan media sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa promosi dan media sosial berkontribusi sebesar 61,7% terhadap minat beli, sementara 38,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi dan media sosial memiliki peran penting dalam menarik minat wisatawan dan meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan untuk menggunakan metode promosi pada media sosial Instagram untuk meningkatkan penjualan produk wisata, menggunakan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan kualitas konten dan jumlah pengikut, serta menjadikan penelitian ini sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

Kata kunci: Sosial Media, Minat Beli, Wisatawan

ABSTRACT

This study aims to explore the effect of promotions and social media content, especially Instagram, in attracting tourists to use tour services at Masdi Tour and Travel. The research method used is descriptive quantitative with a focus on the Instagram media platform. Primary data was obtained from 100 respondents through a questionnaire, while secondary data was obtained from various sources such as books, literature, journals and the internet. The results of the analysis show that promotion and social media have a positive and significant influence on tourist buying interest. Validity and reliability tests show that all question items on the instrument are valid and reliable. The results of the t test show that promotion and social media have a significant influence on purchase intention. The results of the F test show that promotion and social media together have a significant influence on purchase intention. The coefficient of determination shows that promotions and social media contribute 61.7% to purchase intention, while the remaining 38.3% is influenced by other factors. This study concludes that promotion and social media have an important role in attracting tourists and increasing sales. Based on the research results, it is suggested to use promotion methods on Instagram social media to increase sales of tourism products, use social media as a means of promotion to improve content quality and number of followers, and make this research a reference for further research on the same topic.

Keywords: Social Media, Purchase Intention, Tourists

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Konten Sosial Media Sebagai Upaya Menarik Minat Wisatawan Dalam Menggunakan Jasa Masdi Tour and Travel”**

Penelitian ini menjelaskan atau mengeksplorasi pengaruh promosi dan konten sosial media, khususnya Instagram, dalam menarik minat wisatawan untuk menggunakan jasa tour pada Masdi Tour and Travel serta menyimpulkan bahwa promosi dan media sosial memiliki peran penting dalam menarik minat wisatawan dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang dibangun dari semua pihak untuk perbaikan dan pengembangan penelitian ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif dalam pengembangan industri pariwisata, khususnya dalam penggunaan promosi dan media sosial. Semoga penelitian ini juga dapat menjadi referensi dan inspirasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

Palembang,

2023

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. Karena penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, nasehat dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu mengabulkan dan memberikan kemudahan kepada penulis sehingga dalam perjalanan penulisan skripsi ini dapat berjalan lancar dan tepat waktu.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak M. Aji dan Ibu Hanima yang senantiasa selalu mendoakan setiap langkah penulis hingga saat ini, serta memberikan semangat dan dukungan baik moral maupun material.
3. Bapak Dr. Ing. Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya beserta jajarannya.
4. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya beserta jajarannya.
5. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si., selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
6. Bapak A Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu, membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Lisnini S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu, membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen pengajar Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang tidak ternilai harganya.
9. Bapak M. Juli Adi selaku Owner dari Masdi Tour and Travel Palembang.
10. Teman saya Akta, Adilla, Nadya, Sabrina, Kakak saya, Nissa dan Kiya yang telah banyak membantu dalam segala hal dan selalu memberikan semangat, motivasi, serta kesabaran. Terimakasih karena selalu ada di setiap proses dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-teman seperjuangan BPA, BPB,dan BPM 2019.
12. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Palembang, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PEMBAHASAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Ruang Lingkup	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB 2 LANDASAN TEORI	13
2.1 Promosi.....	13
2.2 Konten	14
2.3 Digital Marketing	14
2.4 Biro Perjalanan	15
2.5 Media Sosial	16
2.6 Minat Beli.....	17
2.7 Penelitian Terdahulu.....	18
2.8 Kerangka Penelitian.....	22
2.9 Hipotesis	23
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Penelitian	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Defenisi Operasional Variabel	27
3.7 Uji Asumsi Klasik	32
3.8 Analisis Statistik.....	34
3.9 Koefisien Determinasi	34
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil.....	36
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	40

4.1.4 Uji Instrumen Data	49
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	52
4.1.6 Hasil Analisis Statistik	56
4.1.7 Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.1.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	58
4.2 Pembahasan	60
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Data Tamu/Peserta Tour	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2	Skala Likert	31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 4.4	Frekuensi Tanggapan Variabel Promosi.....	40
Tabel 4.5	Frekuensi Tanggapan Variabel Sosial Media.....	43
Tabel 4.6	Frekuensi Tanggapan Variabel Minat Beli.....	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolineritas.....	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.11	Hasil Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.12	Hasil Uji t	56
Tabel 4.13	Hasil Uji F	57
Tabel 4.14	Hasil Nilai <i>Adjusted R Square</i>	58
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Profil Instagram Masdi Tour and Travel	5
Gambar 1.3 Feeds Postingan Foto Instagram Masdi Tour and Travel.....	6
Gambar 1.4 Feeds Video Reels Instagram Masdi Tour and Travel	7
Gambar 1.5 Video Reels Instagram Masdi Tour and Travel.....	8
Gambar 1.6 Komentar pada Instagram dan Google Masdi Tour and Travel	9
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Grafik P-Plot Uji Normalitas	54
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Rekomendasi Ujian
Lampiran 2	Lembar Kesepakatan Bimbingan Dengan Pembimbing I
Lampiran 3	Lembar Kesepakatan Bimbingan Dengan Pembimbing II
Lampiran 4	Lembar Bimbingan Skripsi Dengan Pembimbing I
Lampiran 5	Lembar Bimbingan Skripsi Dengan Pembimbing II
Lampiran 6	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 7	Rekapitulasi Data Hasil Jawaban Kuisisioner Oleh Responden
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas
Lampiran 9	Hasil Uji Realibilitas
Lampiran 10	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 11	Hasil Uji Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t & Uji F
Lampiran 12	r _t tabel, DW _t tabel, t _t tabel, F _t tabel