

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI WISATAWAN PADA PEMPEK CANDY PALEMBANG



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Irfangga Hasyim

NPM : 061740611918

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2021**

PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI WISATAWAN PADA PEMPEK CANDY PALEMBANG



SKRIPSI

Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya

Oleh:


Nama : Muhammad Irfangga Hasyim

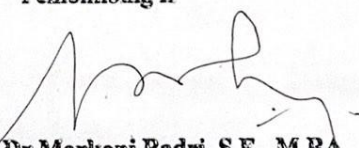
NPM : 061740611918

Menyetujui,

Palembang, Juli 2021
Pembimbing II

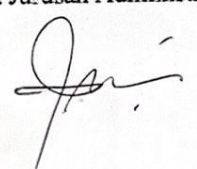
Pembimbing I


Rini, S.E., M.AB
NIP 196012281990032002

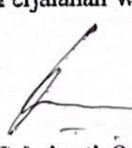

Dr. Markoni Badri, S.E., M.B.A.
NIP 196103251989031001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis


Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001

Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata


Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 1986022262015042003

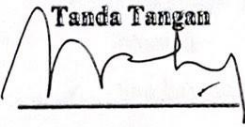
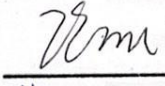

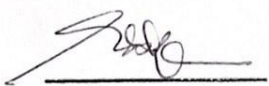
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhammad Irfangga Hasyim
NPM : 061740611918
Jurusan/Prodi : Administrasi Bisnis/ DIV Usaha Perjalanan Wisata
Mata Kuliah : Manajemen pariwisata
Judul : Pengaruh promosi media sosial dan *Word Of Mouth* terhadap minat beli wisatawan pada pempek Candy Palembang.

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
dan dinyatakan **LULUS**

Pada Hari: Rabu
Tanggal: 28 Juli 2021

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Markoni Badri, S.E., M.B.A.</u> Ketua		06 Agustus 2021
2.	<u>Desloehal Diumrianti, S.E., M.I.S., Phd</u> Anggota		06/08 2021
3.	<u>Purwati, S.E., M.M</u> Anggota		04/08 2021
4.	<u>Munparidi, S.E., M.Si</u> Anggota		04/08 2021

MOTTO & PERSEMBAHAN

*"Memulai dengan Penuh Keyakinan, Menjalankan dengan Penuh Keikhlasan,
Menyelesaikan dengan Penuh Kebahagiaan"*

-Najwa Shihab-

*"Hanya ada dua pilihan untuk memenangkan kehidupan: keberanian, atau
keikhlasan. Jika tidak berani, ikhlasilah menerimannya. Jika tidak ikhlas,
beranilah mengubahnya."*

-Lenang Manggala-

Persembahan:

- ✓ Kedua Orang Tua
- ✓ Para Dosen yang kami hormati
- ✓ Saudara-saudara kami
- ✓ Teman seperjuangan 8 BPB
- ✓ Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya

ABSTRAKSI

Nama : Muhammad Irfangga Hasyim
Judul : Pengaruh Promosi Media Sosial dan *Word Of Mouth* terhadap minat beli wisatawan pada pempek Candy Palembang.

Hasil Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial dan *Word of mouth* terhadap minat beli pada Pempek Candy Palembang. Peneliti ini menggunakan metode penelitian deskriptif-kuantitatif, jenis dan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder, teknik pengambilan data menggunakan beberapa metode antara lain kuesioner, dokumentasi, dan studi literatur. Kuesioner yang disebarakan melalui media sosial seperti menyebarkan ke grup *whatsapp* dengan bantuan *google form*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Uji Validitas, Uji Reliabelitas, Uji Signifikansi Individual (Uji T) Uji signifikansi Simultan (Uji f), Koefisien determinasi (R^2) dan Analisis Linier Berganda yang diolah dengan IBM SPSS Ver 25. Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Media sosial dan *word of mouth* memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli wisatawan pada pempek candy palembang. Berdasarkan hasil penelitian penulis memberikan saran, sebaiknya toko pempek candy palembang tetap menggunakan media sosial Instagram, facebook, maupun Web dengan tampilan yang semenarik mungkin agar para pengguna media sosial tertarik untuk mengunjungi Toko Pempek Candy Palembang.

Kata Kunci: Promosi Media sosial, *Word Of Mouth*, dan Toko Pempek Candy Palembang.

ABSTRACT

Name : Muhammad Irfangga Hasyim
Title : **Effect of Social Media Promotion and Word Of Mouth on tourists' buying interest in Pempek Candy Palembang.**

The results of this study aim to determine how much influence social media and word of mouth have on buying interest in Pempek Candy Palembang. This researcher uses descriptive-quantitative research methods, types and sources of data using primary data and secondary data, data collection techniques using several methods including questionnaires, documentation, and literature studies. Questionnaires distributed through social media such as distributing to whatsapp groups with the help of google forms. The data analysis technique in this study uses the analysis of Validity Test, Reliability Test, Individual Significance Test (T Test) Simultaneous significance test (f test), Determination coefficient (R²) and Multiple Linear Analysis processed with IBM SPSS Ver 25. This study uses the technique Purposive sampling with a sample of 100 respondents. The results showed that social media and word of mouth had a positive relationship and had a significant effect on tourists' buying interest in Pempek Candy Palembang. Based on the results of the research, the author gives suggestions, it is better for the Pempek Candy Palembang shop to continue to use social media Instagram, Facebook, and the Web with an attractive appearance so that social media users are interested in visiting the Pempek Candy Store Palembang.

Keywords: Social Media Promotion, *Word Of Mouth*, and Pempek Candy Palembang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa atas karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi media sosial dan *Word Of Mouth* terhadap minat beli pada Pempek Candy Palembang” ini pada tepat waktunya. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi media sosial dan *Word Of Mouth* dalam meningkatkan minat beli wisatawan pada toko pempek Candy Palembang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun materinya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun untuk kesempurnaan Skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Prodi Usaha Perjalanan Wisata di masa yang akan datang.

Palembang, Juli
2021

Muhammad Irfangga
Hasyim

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang karena atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan berbagai perjalanan hidup.
2. Teruntuk kedua orang tua mama dan papa yang teramat penulis cintai, terimakasih atas perjuangan dan pengorbanan selama ini yang selalu memberikan do'a semangat, kasih sayang, dan motivasi
3. Untuk saudara sekandung yuk Ica, Dek Azzah dan Dek daffa telah banyak membantu, memberikan semangat dan memberikan bantuan baik moril maupun materi selama proses per-skripsian
4. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang
5. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
6. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
7. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Ketua Prodi Usaha Perjalanan Wisata
8. Ibu Rini, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, dan pengarahan di dalam penulisan Skripsi ini.
9. Bapak Dr. Markoni Badri, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, saran dan pengarahan di dalam penulisan Skripsi ini.
10. Ibu Desloehal Djumrianti, SE., MIS., Ph.D selaku Pembimbing

Akademik yang telah memberikan semangat, saran dan arahan

11. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan kepada penulis
12. Hrd Pempek Candy Palembang yang telah membantu dalam pengambilan data
13. Siti Nurhaliza yang telah banyak membantu, mendengarkan keluhan dan telah memberikan masukan kepada penulis.
14. Irfan Maulana Al-hakim yang telah banyak membantu, mendengarkan keluhan dan juga banyak memberikan saran dan masukan kepada penulis
15. Teman – teman terdekat Komplek Pusri Sako (Meidy, FahmiMattauch, Abang, kak flasco, kak iboy, kak sattar, kak Okto, Kiky Pondok) telah memberikan semangat, serta keceriaan dan bantuan moril maupun materi.
16. Teman seperjuangan Vira Wahyu Yolanda Putri, Rahmatika Fadillah, Handoko, Moch. Rizky TS, Kemas Raden Patah, M. Rizky dan Geri Ronaldo yang telah memberikan canda tawa selama perjalanan kehidupan di kampus
17. Teman-teman seperjuangan kelas 8 BPB dan 8 BPA

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang, Juli
2021

Muhammad Irfangga
Hasyim

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Motto & Persembahan	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vii
Ucapan Terimakasih	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Promosi	9
2.2 Pengertian Media Sosial	9
2.3 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	13
2.4 Pengertian Minat Beli	14
2.5 Pengertian Wisatawan	15

	2.6 Kerangka Berpikir	16
	2.8 Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 Pendekatan Penelitian.....	22
	3.2 Lokasi Penelitian	22
	3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	22
	3.4 Populasi dan Sampel.....	23
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
	3.6 Skala Pengukuran	25
	3.7 Definisi operasional.....	26
	3.8 Teknik Analisis Data	28
	3.8.1 Analisis data deskriptif kuantitatif.....	28
	3.8.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	28
	3.8.3 Uji Signifikansi Individual(Uji t)	29
	3.8.4 Uji Signifikansi Simultan(Uji f)	30
	3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	30
	3.8.6 Analisis Linier Berganda.....	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
	4.1.1 Gambaran umum Toko Pempek Candy	32
	4.1.2 Sejarah Toko Pempek Candy Palembang	32
	4.2 Karakteristik Responden.....	33
	4.2.1 Deskriptif Responden Berdasarkan usia	34

4.2.2	Deskriptif Responden Berdasarkan jenis kelamin	34
4.2.3	Deskriptif responden berdasarkan pekerjaan	35
4.2.4	Deskriptif responden berdasarkan tempat tinggal	35
4.3	Hasil Penelitian responden	36
4.4	Uji instrumen penelitian	39
4.4.1	Uji Validitas	39
4.4.2	Uji Reliabilitas	42
4.4.3	Uji T (Uji Parsial)	41
4.4.4	Uji F (Simultan)	43
4.4.5	Koefisien Determinasi (R^2)	43
4.4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.5	Pembahasan	45
4.5.1	Pengaruh Media Sosial terhadap minat beli wisatawan pempek candy Palembang secara parsial	46
4.5.2	Pengaruh Word Of Mouth terhadap minat beli pada PempekCandy Palembang secara Parsial	47
4.5.3	Pengaruh media sosial dan Word Of Mouth terhadap minatbeli wisatawan pada Pempek Candy Palembang simultan	48

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Saran.....	50
	DAFTAR PUSTAKA	51
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Palembang	3
Tabel 2.1	Hipotesis Penelitian	15
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Skala Likert.....	18
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	34
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	34
Tabel 4.3	Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	35
Tabel 4.4	Jumlah Responden Menurut Tempat tinggal.....	35
Tabel 4.5	Hasil Penelitian Kuesioner Pada Variabel Media Sosial.....	36
Tabel 4.6	Hasil Penelitian Kuesioner pada Variabel <i>Word Of Mouth</i>	37
Tabel 4.7	Hasil Penelitian Kuesioner Pada Variabel Minat Beli.....	38
Tabel 4.8	Uji Validitas Intrument Penelitian.....	40
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Media sosial(X1)	41
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Word Of Mouth(X2)	41
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	41
Tabel 4.12	Uji T(Parsial)	42
Tabel 4.13	Uji F (Simultan)	43
Tabel 4.14	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
Tabel 4.15	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Jumlah Pengunjung Ke pempek Candy Palembang ..	24
Gambar 4.1	Peta Toko Pempek Candy Palembang.....	26
Gambar 4.2	Toko Pempek Candy Palembang.....	27