

SKRIPSI
PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN
ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKET WISATA ONE DAY LAMPUNG
PADA CV WONDERY AGITA WISATA



Untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan Program Studi
D-IV Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya

Disusun Oleh:

Riana Puspita Sari
NIM 062240612800

Dosen Pembimbing:
Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si.
NIP 198602262015042003

Ahmad Iman Mulyadi, M.I.Kom.
NIP 199007082022031005

D-IV USAHA PERJALANAN WISATA
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi:

PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA ONE DAY LAMPUNG PADA CV WONDERY AGITA WISATA disusun oleh **Riana Puspita Sari (NIM 062240612800)** telah disetujui oleh pembimbing untuk dipertanggungjawabkan dalam **Seminar Skripsi**.

Pembimbing 1



Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si.
NIP 198602262015042003

Pembimbing 2

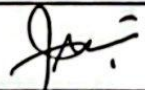


Ahmad Iman Mulyadi, M.I.Kom.
NIP 199007082022031005

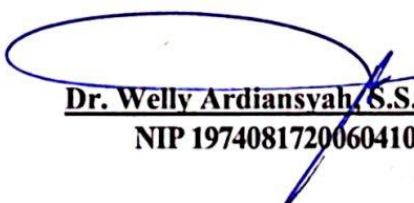
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi:

PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA ONE DAY LAMPUNG PADA CV WONDERY AGITA WISATA disusun oleh **Riana Puspita Sari (NIM 062240612800)** telah dipertanggungjawabkan dalam Seminar Skripsi di hadapan dosen penguji pada Kamis, 02 Juli 2026.

	Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA. NIP 197602222002121001	
Anggota Penguji 1	Alfitriani, S.ST.Par., M.Par. NIP 198805082019032009	
Anggota Penguji 2	Ahmad Iman Mulyadi, M.I.Kom. NIP 199007082022031005	
Anggota Penguji 3	Dr. Dra. Nurul Aryanti, M.Pd NIP 196802181993032001	

Disetujui oleh:
Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata
Politeknik Negeri Sriwijaya


Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd.
NIP 197408172006041001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Riana Puspita Sari
NIM : 062240612800
Tahun Masuk : 2022
Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata

Menyatakan bahwa dokumen Skripsi ini tidak mengandung bagian apa pun dari karya ilmiah lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Perguruan Tinggi mana pun. Selain itu, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan oleh pihak lain/instansi, kecuali yang telah dikutip secara benar dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Saya dengan ini menyatakan bahwa dokumen Skripsi ini bebas dari segala unsur plagiarisme. Apabila di kemudian hari Skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat pihak lain sebagai milik saya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 31 Juli 2026



Riana Puspita Sari
NIM 062240612800

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"No step is too small if it leads to goodness."

(Riana Puspita Sari)

Karya ini kupersembahkan untuk:

- Kedua orang tua tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang selalu diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini.
- Keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, perhatian, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
- Diri saya sendiri, yang telah berusaha, bertahan, dan terus melangkah melewati berbagai proses hingga akhirnya mampu menyelesaikan perjalanan ini. Terima kasih karena tidak menyerah dan terus percaya pada kemampuan diri sendiri.
- Kakak-kakak dan rekan-rekan CV Wondery Agita Wisata yang selalu memberikan dukungan dan penyemangat
- Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata One Day Lampung pada CV Wondery Agita Wisata”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan, bimbingan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Pihak CV Wondery Agita yang telah memberikan izin dan membantu pelaksanaan penelitian, kedua orang tua dan keluarga, teman-teman kelas 8 BPB, serta teman-teman yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Namun demikian, segala isi, pendapat, dan kesimpulan yang terdapat dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis terbuka atas masukan dan saran yang membangun demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan referensi dalam bidang pemasaran dan pariwisata.

Palembang,

2026

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, arahan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Ahmad Iman Mulyadi, M.I.Kom., selaku Sekretaris Jurusan Bahasa dan Pariwisata
4. Ibu Alditia Detmuliati S.ST., M.M.Par., selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan masukan yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Ahmad Iman Mulyadi, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, dukungan, saran, dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen, serta seluruh Staf Jurusan Bahasa dan Pariwisata, khususnya Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bantuan selama masa perkuliahan.
8. CV Wondery Tour yang telah memberikan izin, bantuan, dan informasi yang dibutuhkan penulis selama proses penelitian berlangsung.
9. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, pengorbanan, serta motivasi tanpa henti kepada penulis. Terima kasih atas segala cinta dan kepercayaan yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.

10. Saudara dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam setiap proses yang dijalani.
11. Teman-teman kelas 8 BPB Program Studi Usaha Perjalanan Wisata yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis, serta memberikan kebersamaan, bantuan, dan kenangan yang tidak terlupakan.
12. Sahabat-sahabat penulis, Rahmawati, Dhea, Melani yang selalu hadir memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, serta menemani penulis dalam suka maupun duka selama penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, doa, dan dukungan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga segala kebaikan, bantuan, dan dukungan yang diberikan memperoleh balasan serta rahmat dari Allah SWT. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

Palembang, Juli 2025
Penulis

PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET WISATA ONE DAY LAMPUNG PADA CV WONDERY AGITA WISATA

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemasaran media sosial dan atribut produk dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada paket wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran media sosial terhadap keputusan pembelian, pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh pemasaran media sosial dan atribut produk secara simultan terhadap keputusan pembelian paket wisata One Day Lampung di CV Wondery Agita Wisata. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner kepada 150 responden yang telah membeli paket wisata One Day Lampung dan melihat konten pemasaran media sosial CV Wondery Agita Wisata dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian paket wisata. Atribut produk juga memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian. Selain itu, pemasaran media sosial dan atribut produk secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian paket wisata One Day Lampung di CV Wondery Agita Wisata.

Kata kunci: Pemasaran Media Sosial, Atribut Produk, Keputusan Pembelian, Paket Wisata

SOCIAL MEDIA MARKETING AND PRODUCT ATTRIBUTES ON THE PURCHASE DECISION OF ONE DAY LAMPUNG TOUR PACKAGE ON CV WONDERY AGITA WISATA

ABSTRACT

This research is motivated by the importance of social media marketing and product attributes in influencing consumer purchase decisions on tour packages. This study aims to determine the influence of social media marketing on purchase decisions, the influence of product attributes on purchase decisions, and the influence of social media marketing and product attributes simultaneously on the purchase decision of One Day Lampung tour packages at CV Wondery Agita Wisata. This study uses a quantitative method. Data was collected through the distribution of questionnaires to 150 respondents who had purchased One Day Lampung tour packages and viewed CV Wondery Agita Wisata social media marketing content using purposive sampling techniques. Data analysis was carried out using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, and F tests with the help of the Statistical Package for Social Science (SPSS) program. The results of the study showed that social media marketing had a significant influence on the purchase decision of tour packages. Product attributes also have a significant influence on purchasing decisions. In addition, social media marketing and product attributes simultaneously have a significant influence on the purchase decision of One Day Lampung tour packages at CV Wondery Agita Wisata.

Keywords: Social Media Marketing, Product Attributes, Purchase Decisions, Tour Packages

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran Media Sosial	16
2.2.2 Atribut Produk	20
2.2.3 Atribut Produk Wisata	23
2.2.4 Keputusan Pembelian	24
2.3 Kerangka Pemikiran	28

2.4 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Objek, Lokasi dan Periode Penelitian	32
3.2 Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1 Jenis Data	32
3.2.2 Sumber Data	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	35
3.5 Teknik Analisis Data	38
3.5.1 Uji Kualitas Data	38
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.5.4 Uji Hipotesis	44
3.6 Populasi dan Sampel	47
3.6.1 Populasi.....	47
3.6.2 Sampel	47
3.6.3 Teknik Sampling.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.2 Karakteristik Responden.....	53
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.1.4 Uji Instrumen Penelitian	69
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda	74
4.1.7 Uji Hipotesis	75
4.1.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.2 Pembahasan	79
4.2.1 Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	79
4.2.2 Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian	83

4.2.3 Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 2 Skala Likert	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Pemasaran Media Sosial ..	56
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Atribut Produk	61
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas	71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	28
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan
- Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Lembar Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 7 Lembar Pelaksanaan Revisi Proposal Skripsi
- Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 9 Lembar Revisi Ujian Skripsi
- Lampiran 10 Lembar Pelaksanaan Revisi Skripsi
- Lampiran 11 Hasil Uji Variabel
- Lampiran 12 Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 14 Hasil Uji Regresi
- Lampiran 15 Rekapitulasi Jawaban Responde

