PENGARUH PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI BALAI TAMAN NASIONAL KEPULAUAN SERIBU

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Industri Pariwisata

Oleh

Marcel Viergiano Maryonoputra

NIM 2007654

PROGRAM STUDI
INDUSTRI PARIWISATA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2024

PENGARUH PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI BALAI TAMAN NASIONAL KEPULAUAN SERIBU

Oleh

Marcel Viergiano Maryonoputra

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata

© Marcel Viergiano 2024

Universitas Pendidikan Indonesia

Juli 2024

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhya atau sebagian,

dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

MARCEL VIERGIANO MARYONOPUTRA

PERAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN NASIONAL KEPULAUAN SERIBU

disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I

Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd.
NIP. 920200419870218101

Pembimbing II

Tedi Supriyadi, S.H.I., M.Ag.
NIP. 198209112015041003

Mengetahui,
Ketua Program Studi Industri Pariwisata

Prof. Dr. H. Yudha Munajat Saputra, M.Ed.
NIP. 196303121989011002

Scanned with CamScanner

Abstrak

Taman Nasional Kepulauan Seribu memiliki website dan media sosial Instagram untuk menyediakan berbagai kebutuhan wisatawan maupun Masyarakat yang masih belum optimal dalam beberapa bentuk penyajian informasi dan akses fitur digital, seperti tidak adanya fitur pemesanan jasa travel untuk keperluan wisatawan secara online pada website, data-data statistik seperti data kunjungan wisatawan yang tidak lengkap, tidak adanya informasi peta/petunjuk, dan penyajian informasi yang tidak terbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh promosi digital terhadap Keputusan berkunjung wisatawan Taman Nasional Kepulauan Seribu. Penelitian ini dilakukan di Kawasan yang mencakup Kawasan wisata Taman Nasional Kepulauan Seribu. menggunakan metode kuantitatif, dengan data utama yaitu kuesioner dan data pendukung penelitian kepustakaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 dengan kriteria tertentu dan menggunakan Teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. Analisis data utama penelitian menggunakan Analisis Regresi Sederhana. Hasil penelitian menunjukan bahwa promosi digital memberikan pengaruh yang signifkan terhadap Keputusan berkunjung wisatawan secara simultan dan parsial. Hal tersebut mengindikasikan bahwa promosi digital memegang peranan yang penting terhadap Keputusan berkunjung wisatawan di Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu. Berdasarkan penelitian ini, didapatkan Kesimpulan bahwa sebagian besar Dimensi Promosi Digital (*Cost and Transaction, Interactive, Incentive, & Site Design)* perpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Keputusan berkunjung wisatawan Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu.

Abstract

Thousand Islands National Park Digital Marketing has a website and Instagram social media presence intended to provide to the needs of both tourists and the community. However, these platforms currently fall short in several aspects of information delivery and digital feature accessibility. For instance, the website lacks online booking services for travel needs, visitor statistics are incomplete, there is a lack of map or directional information, and updates to information are not consistently provided. The aim of this study is to analyze and describe the role of digital promotion in influencing tourists' decisions to visit the Thousand Islands National Park. The research was conducted within the park's tourism area, utilizing a quantitative method with primary data collected through questionnaires and supported by literature review data. The study sample consisted of 100 respondents selected via purposive sampling techniques based on specific criteria. Primary data analysis employed descriptive analysis techniques. The research findings indicate that digital promotion significantly influences tourists' decisions to visit the park both simultaneously and partially. This underscores the critical role digital promotion plays in influencing tourist decisions at the Thousand Islands National Park. Based on the study, it is concluded that the majority of the Digital Promotion Dimensions (Cost and Transaction, Interactive, Incentive, & Site Design) have simultaneous and partial effects on tourists' decisions to visit the Thousand Islands National Park.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....…
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH .....……
ABSTRAK.....
ABSTRACT.....
DAFTAR ISI.....
DAFTAR GAMBAR.....
DAFTAR TABEL.....
DAFTAR LAMPIRAN.....
BAB I.....
1.1 Latar Belakang.....
1.2 Rumusan Masalah.....
1.3 Tujuan Penelitian .....
1.4 Manfaat Penelitian.....
1.5 Struktur Organisasi Skripsi .....
BAB II.....
2.1 Pariwisata.....
2.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) .....
2.3 Bauran Promosi.....
2.4 Promosi Digital .....
2.4.1 Indikator Promosi Digital .....
2.5 Perilaku Konsumen.....
2.6 Keputusan Berkunjung Wisatawan .....
2.7 Penelitian Terdahulu .....
2.8 Kerangka Pemikiran.....
2.9 Hipotesis Penelitian .....
BAB III .....
3.1 Desain Penelitian .....
3.2 Operasional Variabel .....
3.3 Jenis dan Sumber Data.....
3.4 Partisipan.....

3.5 Populasi dan Sampel .....
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data.....
3.7 Prosedur Penelitian .....
3.7.1 Uji Validitas.....
3.7.2 Uji Reliabilitas .....
BAB IV .....
4.1 Temuan .....
4.1.1 Uji Asumsi Klasik.....
4.1.2 Pengujian Regresi .....
4.1.3 Analisis Deskriptif .....
4.2 Pembahasan.....
BAB V .....
5.1 Kesimpulan.....
5.2 Implikasi.....
4.1.4 5.2.1 Implikasi Teoritis.....
4.1.5 5.2.2 Implikasi Praktis .....
5.3 Rekomendasi .....
DAFTAR PUSTAKA 11
LAMPIRAN.....

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 data kunjungan website Taman Nasional Kep.Seribu .....
Gambar 1.2 Instagram Taman Nasional Kep Seribu .....
Gambar 1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kep. Seribu .....
Gambar 2 Platform Social Media .....
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....
Gambar 3.2 Prosedur Penelitian .....
Gambar 4 Scatterplot Hasil Heterokedastisitas.....

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....
Tabel 3.2 Skala Likert.....
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas .....
Tabel 4.1 Uji Normalitas.....
Tabel 4.2 Uji Multikolinearitas.....
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....
Tabel 4.4 Hasil Analisis regresi Sederhana .....
Tabel 4.5 hasil Koefisien Determinasi.....
Tabel 4.6 Hasil Uji F.....
Tabel 4.7 Hasil Uji T .....

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....
Lampiran 2 .....
Lampiran 3 .....
Lampiran 4 .....
Lampiran 5 .....

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari., M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Issue May).

Alimudin, M., & Dharmawati, D. M. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Pulau Pari (Mix Method: Exploratory Sequential Design). *Jurnal EMT KITA*, *6*(2), 342–350. https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.689

Anjani, H. D., Irham, I., & Waluyati, L. R. (2019). Relationship of 7P Marketing Mix and Consumers' Loyalty in Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, *29*(2), 261. https://doi.org/10.22146/ae.36400

Ardian, R., & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Kembali Cat Dulux Di Depo Keramik Katapang Bandung. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).*, *8*(3), 704–714. https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35854

Ayu, J. P. (2021). Pengaruh Pemasaran Digital dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Bahari di Kepulauan Seribu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, *26*(3), 223–232.

BPS Kepulauan Seribu. (2023). *Jumlah Kunjungan Wisatawan*.

Daniel Laksana, & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel InterveniDharmayanti, L. &. (2018). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capita. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *12*(1), 10–24. https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.1.10

Hafizhah, A. M., & Budisetyorini, B. (2022). the Influence of Social Media Marketing on Interest Visit Tourists To Pari Island, Thousand Island. *International Journal of …*, *01*(01), 32–41. https://doi.org/10.34013/ijscot.v1i01.768

Haryadi, M. (2019). PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA AJAR DALAM

MENINGKATKAN MINAT DAN MOTIVASI BELAJAR Haryadi Mujianto Program Studi Ilmu Komunikasi , Peminatan Public Relations , Universitas Garut email : haryadimujianto@uniga.ac.id Pendahuluan Youtube adalah media sosia. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, *5*(1), 135–159.

Ismai. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, *3*(1), 82–86.

Ivan Qomusuddin, S. R. (2021). *Analisis Data Kuantitatif dengan Program IMB SPSS Statistic 20.0*. Deepublish.

Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, *18210047*, 1–12.

Kamuri, K. J., & Kurniawati, M. (2020). *The Influence of Digital Marketing Tools on Tourist Visiting Interest to Fatukopa Hill, TTS Regency*. *158*(June), 392–396. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201212.055

Kurnia Rianingtyas, A., & Kusuma Wardani, K. (2018). Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Sebagai Media Promosi Digital UMKM Tour dan Travel. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, *7*(2), 1–6.

Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. (2021). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, *1*, 1–8.

Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instgram. *Jurnal Visi Komunikasi*, *16*(01), 151–160.

Marlius, D., & Mutiara, M. (2022). PENGARUH MEREK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *Jurnal Economina*, *1*(4), 768–783. https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.169

Massie, P. C., Massie, J. D. D., & Roring, F. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Rumah Alam Manado Adventure Park The Influence Of Digital Marketing And Electronic Word Of Mouth (E-

WOM) To Visit Decision At Rumah Alam Manado Adventur. *Emba*, *10*(4), 13–24.

Meiryani. (2021a). *MEMAHAMI UJI F (UJI SIMULTAN) DALAM REGRESI LINEAR*.

Meiryani. (2021b). *MEMAHAMI UJI T DALAM REGRESI LINEAR*.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, *1*(2), 71–83. https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795

Miswan, M. (2019). Analisis Destinasi Pariwisata Pulau Kelapa Dan Pulau Harapan Di Kepulauan Seribu Jakarta. *Jurnal Industri Pariwisata*, *2*(1), 10–20. https://doi.org/10.36441/pariwisata.v2i1.26

Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *D'CARTESIAN*, *4*(2), 196. https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211

Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, *9*(1), 1097–1103.

Napu, D. M., & Nurhidayat, W. (2022). PERANAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei wisatawan domestik yang berkunjung ke Kampung Karuhun …. *Academia.Edu*, *12*(1).

Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, *May*, 741. https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19

Ni Ketut Riani. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *2*(5), 1470.

Nugroho, W., & Sugiarti, R. (2018). Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6A. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 35–40.

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

Purnawinadi, I. G., & Lintang, I. J. (2020). Hubungan Dukungan Keluarga Dengan Kepatuhan Minum Obat Pasien Hipertensi. *Jurnal Skolastik Keperawatan*, *6*(1), 35–41.

Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Riset Konsumen: Target Pasar, Perilaku Pembelian dan Permintaan Pasar (Literature Review Perilaku Konsumen). *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(5), 504–514.

Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, *2*(2), 137–144. https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.84

Reichenbach, A., Bringmann, A., Reader, E. E., Pournaras, C. J., Rungger-Brändle, E., Riva, C. E., Hardarson, S. H., Stefansson, E., Yard, W. N., Newman, E. A., & Holmes, D. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における　健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Progress in Retinal and Eye Research*, *561*(3), S2–S3.

Roflin, E., Liberti, I. A., & Pariyana. (2021). pengertian Survei menurut Sugiyono 2018. *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, 11.

Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, aditya H., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, T., & Arif, nina F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*.

Semrush. (2023). *Semrush*.

Seribu, T. K. (2023). *Instagram Taman Nasional Kepulauan Seribu*.

Setiawan, K. E. P., & Zyuliantina, W. (2020). Analisis Kesalahan Berbahasa Indonesia Pada Status Dan Komentar Di Facebook. *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, *1*(1), 96–109. https://doi.org/10.22515/tabasa.v1i1.2605

Sirait, H., & Puddin, K. (2018). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Bukit Gibeon Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, *13*(1). https://doi.org/10.24114/plans.v13i1.9815

Social, W. A. (2023). *Digital 2023*.

Soewignyo, T. I., Septiani, & Maruru, J. V. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Universitas Klabat Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Pembayaran Tagihan Spp. *Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, *5*(2), 117–141.

Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisataan*, *19*(1), 26–37. https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407

Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Magister Alfatah Kalijaga*, *S.T.*, *M.T.*, *C.G.L.*, *978-623–48*(Eureka Media Aksara, November 2022 anggota Ikapi Jawa Tengah NO. 225/JTE/2021 Redaksi:).

Supardi, S., Yusril, M., Zamri, A. T., & Ak, U. A. (2021). Analisis Bauran Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Kampar. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, *15*(1), 107–113.

Susanty, I. I. D. A. R., & Renjaan, M. J. (2021). Perilaku Wisatawan Pantai Ngurbloat Dan Ngursarnadan Era New Normal Terhadap Keputusan Berwisata. *Jurnal Pariwisata*, *8*(2), 116–127. https://doi.org/10.31294/par.v8i2.10142

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, *3*(1), 102. https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333

Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, *1*(1), 43–57. https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5

Usmadi, U. (2020). Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas Dan Uji Normalitas). *Inovasi Pendidikan*, *7*(1), 50–62. https://doi.org/10.31869/ip.v7i1.2281

Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). Uji Persyaratan Analisis. In *Klik Media*.

Yaldi, E., Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, G., Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. A. (2022). Penerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, *1*(2), 94–102. https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.89

Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *4*(2), 115–118. https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216