

**PENGARUH INSTAGRAM MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN DI TWA MANGROVE ANGKE**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata Program Studi Industri Pariwisata



Oleh :

Anisa Yuniarta

NIM 2009736

**PRODI INDUSTRI PARIWISATA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS SUMEDANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH INSTAGRAM MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN WISATA ALAM MANGROVE
ANGKE

Proposal penelitian ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



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

NIP. 920200419870218101

Pembimbing II,




Dr. Irena Novarlia, M.Pd.

NIP. 198211232006042009

Mengetahui,

Plt. Ketua Program Studi Industri Pariwisata



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

LEMBAR HAK CIPTA
PENGARUH INSTAGRAM MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN WISATA ALAM MANGROVE
ANGKE

Oleh:
Anisa Yuniarta
2009736

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Industri Pariwisata

©Anisa Yuniarta
Universitas Pendidikan Indonesia
2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang/ Skripsi ini tidak boleh diperbanyak
seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lain tanpa
izin penulis

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha-Esa karena berkat rahmat dan karunianya serta ijinnya penulis proposal penelitian ini dapat terselesaikan sebagai mana mestinya yang berjudul “Pengaruh *Instagram Marketing* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Taman Wisata Alam Mangrove Angke”. Dimana penulisan proposal penelitian ini diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana S1 Industri Pariwisata.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Kedua orang tua tercinta, Bapak Yatimin dan Ibu Suyanti yang tiada hentihentinya memberikan doa, kasih sayang, dukungan baik secara moral maupun materi, serta pengorbanan yang tak terhitung nilainya selama penulis menjalani proses studi dan penulisan skripsi ini.
- 2) Gilang Pratama Putra, M.Pd. selaku dosen pembimbing pada penyusunan skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini. Keberhasilan penelitian tidak lepas dari dukungan dan saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
- 3) Dr. Irena Novarlia, M.Pd. selaku dosen pembimbing pada penyusunan skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penulisan skripsi ini. Keberhasilan penelitian tidak lepas dari dukungan dan saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
- 4) Prof Dr. Yudha Munajat S, M.Ed. selaku Direktur UPI Kampus Sumedang.
- 5) Dr. Maulana, M.Pd. selaku Wakil Direktur UPI Kampus Sumedang.
- 6) Seluruh Dosen Program Studi Industri Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Sumedang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai harganya selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Upi Kampus Sumedang.

- 7) Putrian, Reza, Salsa, Ririn, dan Tasya selaku sahabat saya di SMA yang selalu menemani dan memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
- 8) Carolin, Nadya, Saniah, Dita, Vanissa dan Salma yang sudah menjadi teman di perantauan dan selalu kebersamai penulis selama melakukan pendidikan studi di kampus.
- 9) Angkatan 2020 Industri Pariwisata yang selalu solid dan kompak, yang tidak pernah membiarkan teman-teman nya tertinggal, dari awal masuk perkuliahan hingga akhirnya bisa berada dititik saat ini.
- 10) Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, baik langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan proposal penelitian ini baik dari segi teknis maupun isi. Semoga pada nantinya proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan khususnya bagi para pembaca dan semoga proposal penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang.

Sumedang, Agustus 2024

Penulis

Anisa Yuniarta

2009736

ABSTRAK

PENGARUH *INSTAGRAM MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN WISATA ALAM MANGROVE ANGKE

Anisa Yuniarta

anisayuniarta@upi.edu

Program Studi Industri Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia

Pembimbing I: Gilang Pratama Putra, M.Pd

Pembimbing II: Dr. Irena Novarlia, M.Pd

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran melalui platform Instagram terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk di Jakarta. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada penurunan jumlah pengunjung di Taman Wisata Alam Mangrove Angke sejak pandemi COVID-19, meskipun promosi melalui media sosial, khususnya Instagram, telah diintensifkan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden wisatawan yang pernah mengunjungi Taman Wisata Alam Mangrove Angke. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan metode analisis regresi linier sederhana dan menggunakan *software IBM SPSS Statistic 27*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran melalui Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung. Dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pengembangan *instagram marketing* pada akun Taman Wisata Alam Mangrove.

Kata Kunci: Instagram, Pemasaran Digital, Keputusan Berkunjung, Taman Wisata Alam Mangrove Angke, Pariwisata.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF INSTAGRAM MARKETING ON TOURIST VISITING DECISIONS AT THE TAMAN WISATA ALAM MANGROVE ANGKE

Anisa Yuniarta

anisayuniarta@upi.edu

Program Studi Industri Pariwisata, Universitas Pendidikan Indonesia

Pembimbing I: Gilang Pratama Putra, M.Pd

Pembimbing II: Dr. Irena Novarlia, M.Pd

This study aims to analyze the effect of marketing through the Instagram platform on tourists' visiting decisions to Angke Kapuk Mangrove Nature Park in Jakarta. The background of this study is based on the decline in the number of visitors to Angke Mangrove Nature Park since the COVID-19 pandemic, despite intensified promotion through social media, especially Instagram. This research uses quantitative methods with descriptive data analysis techniques. Data collection techniques through questionnaires distributed to 100 tourist respondents who have visited Angke Mangrove Nature Park. The data that has been collected will be analyzed using the simple linear regression analysis method and using IBM SPSS Statistic 27 software. The results showed that marketing through Instagram has a significant influence on tourists' decisions to visit. This research is expected to increase the effectiveness of instagram development marketing on the Taman Wisata Alam Mangrove Angke account.

Keywords: Instagram, Digital Marketing, Visiting Decision, Angke Mangrove Nature Park, Tourism.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 13 |
| 1.1 Latar Belakang | 13 |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian | 17 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 17 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 17 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 17 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 17 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 18 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 20 |
| 2.1 Media Sosial..... | 20 |
| 2.1.1 Definisi Media Sosial | 20 |
| 2.1.2 Media Sosial <i>Marketing</i> | 20 |
| 2.2 Instagram..... | 21 |
| 2.3 Keputusan Berkunjung..... | 21 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran..... | 24 |
| 2.6 Hipotesis Penelitian..... | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 26 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 26 |
| 3.2 Partisipan..... | 27 |

| | | |
|---------------------------------|---|----|
| 3.3 | Populasi dan Sampel | 28 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 28 |
| 3.3.2 | Sampel | 29 |
| 3.3.3 | Teknik Penarikan Sampel | 30 |
| 3.4 | Teknik Penghimpunan Data | 30 |
| 3.4.1 | Kuisisioner..... | 30 |
| 3.4.2 | Instrumen Penelitian | 30 |
| 3.4.3 | Operasional Variabel | 31 |
| 3.5 | Prosedur Penelitian..... | 33 |
| 3.6 | Jenis dan Sumber Data | 33 |
| 3.6.1 | Sumber Data Primer | 34 |
| 3.6.2 | Sumber Data Sekunder | 34 |
| 3.7 | Pengpengujianan Instrumen | 35 |
| 3.7.1 | Pengujian Validitas | 35 |
| 3.7.2 | Pengujian Reliabilitas | 36 |
| 3.8 | Teknik Analisis Data..... | 37 |
| 3.8.1 | Analisis Deskriptif..... | 37 |
| 3.8.2 | Pengujian Asumsi Klasik..... | 38 |
| 3.8.3 | Pengujian Regresi Linier Sederhana..... | 39 |
| 3.8.4 | Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) | 40 |
| 3.8.5 | Pengujian Hipotesis | 40 |
| BAB IV TEMUAN & PEMBAHASAN..... | | 42 |
| 4.1 | Gambaran Destinasi TWA Mangrove Angke | 42 |
| 4.2 | Gambaran Umum Responden | 44 |
| 4.2.1 | Ciri khusus Responden Berlandaskan Jenis Kelamin dan Usia..... | 44 |
| 4.2.2 | Ciri khusus Berlandaskan Pekerjaan | 45 |
| 4.2.3 | Ciri khusus Berlandaskan Frekuensi Mengakses Instagram dan Lama Bergabung di Instagram..... | 46 |
| 4.3 | Analisis Deskriptif..... | 47 |
| 4.3.1 | Analisis Deskriptif pada Instagram Marketing..... | 47 |

| | |
|--|----|
| 4.3.2 Analisis Deskriptif pada Keputusan Berkunjung | 49 |
| 4.4 Temuan Pengujian Asumsi Klasik | 51 |
| 4.4.1 Pengujian Normalitas..... | 51 |
| 4.4.2 Pengujian Multikolinearitas..... | 52 |
| 4.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas | 53 |
| 4.5 Temuan Pengujian Hipotesis..... | 54 |
| 4.5.1 Pengujian Regresi Linier Sederhana..... | 54 |
| 4.5.2 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)..... | 55 |
| 4.5.3 Pengujian F | 56 |
| 4.5.4 Pengujian T | 57 |
| 4.6 Pembahasan..... | 59 |
| 4.6.1 Pengaruh Instagram Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung | 59 |
| BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI | 61 |
| 5.1 Simpulan..... | 61 |
| 5.2 Implikasi..... | 61 |
| 5.3 Rekomendasi | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |
| LAMPIRAN..... | 68 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan TWA Mangrove Angke Kapuk Tahun 2023-2024 | 15 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 22 |
| Tabel 3. 1 Data Kunjungan Wisatawan Taman Wisata Alam Mangrove Angke 2023-2024 | 28 |
| Tabel 3. 2 Skor Kuisisioner | 31 |
| Tabel 3. 3 Operasional Variabel..... | 31 |
| Tabel 3. 4 Pengujian Validitas Seluruh Variabel | 35 |
| Tabel 3. 5 Pengujian Reliabilitas Seluruh Variabel | 37 |
| Tabel 4. 1 Ciri khusus Responden Berlandaskan Jenis Kelamin | 44 |
| Tabel 4. 2 Ciri khusus Responden Berlandaskan Usia | 45 |
| Tabel 4. 3 Ciri khusus Responden Berlandaskan Pekerjaan | 45 |
| Tabel 4. 4 Ciri khusus Responden Berlandaskan Frekuensi Mengakses Instagram Melalui Sehari | 46 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berlandaskan Lama Bergabung di Instagram .. | 47 |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Perihal Variabel Instagram Marketing (X)..... | 47 |
| Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Perihal Variabel Keputusan Berkunjung (Y) | 49 |
| Tabel 4. 8 Temuan Pengujian Normalitas | 51 |
| Tabel 4. 9 Temuan Pengujian Multikolinearitas | 52 |
| Tabel 4. 10 Temuan Pengujian Heteroskedastisitas..... | 53 |
| Tabel 4. 11 Temuan Pengujian Linier Sederhana | 54 |
| Tabel 4. 12 Temuan Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)..... | 55 |
| Tabel 4. 13 Temuan Pengujian F | 57 |
| Tabel 4. 14 Temuan Pengujian T | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Statistik Pengguna Instagram Tahun 2023..... | 14 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... | 24 |
| Gambar 3. 1 Garis Kontinum..... | 38 |
| Gambar 4. 1 Logo TWA Mangrove Angke | 42 |
| Gambar 4. 2 Taman Wisata Alam Mangrove Angke Attraction Map..... | 44 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1. Instrumen Penelitian | 69 |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Pengujian Instrumen..... | 73 |
| Lampiran 3. Pengujian Instrumen | 76 |
| Lampiran 4. Pengujian SPSS | 78 |
| Lampiran 5. SK Dosen Pembimbing | 81 |
| Lampiran 6. Lampiran Monitoring Perbaikan | 84 |
| Lampiran 7. Biodata Penulis..... | 85 |