

ANALISIS PENGARUH *INSTAGRAM REVIEW, DESTINATION IMAGE* DAN *TOURIST ATTRACTION* TERHADAP MINAT PENDAKI KE TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

ANALISIS PENGARUH *INSTAGRAM REVIEW, DESTINATION IMAGE* DAN *TOURIST ATTRACTION* TERHADAP MINAT PENDAKI KE TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Riska Eva Sari
NIM 43115120075

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Eva Sari

NIM : 43115120075

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 November 2020



Riska Eva Sari

43115120075

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Riska Eva Sari

NIM : 43115120075

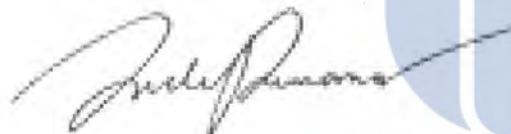
Program Studi : S1 Manajemen

Judul : Analisis Pengaruh *Instagram Review, Destination Image* dan *Tourist Attraction* Terhadap Minat Pendaki ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

Tanggal Lulus Ujian : 26 November 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing,



Ketua Pengaji,



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Dudi Permana, Ph.D

Tanggal: 1 Desember 2020

Dr. Yanto Ramli MM

Tanggal: 30 November 2020

Dekan,

Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si, CA

Tanggal: 19 Desember 2020

Ketua Program Studi S1



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal 19 Desember 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Analisis Pengaruh *Instagram Review*, *Destination Image* dan *Tourist Attraction* Terhadap Minat Pendaki ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Desain penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Untuk mengukur variabel, penelitian ini menggunakan skala likert. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian adalah semua orang yang belum, atau pernah berkunjung ke Objek Wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Berdasarkan jumlah populasi yang tidak diketahui dengan pasti, maka teknik sampling yang digunakan adalah teknik Hair (2010) dimana indikator dikalikan 5 sampai dengan 10. Untuk pengumpulan data dari berbagai sumber, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Instagram Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Visit Intention*, (2) *Destination Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Visit Intention*, dan (3) *Tourist Attraction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Visit Intention*.

Kata Kunci: Minat Berkunjung, *Instagram Review*, *Destination Image*, Daya Tarik Wisata



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the Analysis of the Influence of Instagram Reviews, Destination Image and Tourist Attraction on Hikers' Interest in Mount Gede Pangrango National Park. The research design used by the author in this study uses causal research. To measure variables, this study uses a Likert scale. In this study, the population of the study were all people who had not, or had visited the Mount Gede Pangrango National Park Tourism Object. Based on the number of populations that are not known with certainty, the sampling technique used is the Hair technique (2010) where the indicators are multiplied by 5 to 10. For data collection from various sources, this study used a questionnaire data collection technique. The results showed that (1) Instagram Review has a positive and significant effect on the Visit Intention variable, (2) Destination Image has a positive and significant effect on the Visit Intention variable, and (3) Tourist Attraction has a positive and significant effect on the Visit Intention variable.

Keywords: Visit Intention, Instagram Review, Destination Image, Tourist Attraction



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Instagram Review, Destination Image dan Tourist Attraction Terhadap Minat Pendaki ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango**". Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Saya mengucapkan terima kasih kepada Bpk. Dudi Permana, Ph.D. selaku dosen pembimbing saya yang dengan sabar dalam memberikan arahan, kritik, dan saran kepada saya, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu pada penyusunan proposal ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.Si selaku rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Dr. Harnovinsah, Ak,M.Si.,CA.,CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Dr. Daru Asih, M.Si., selaku ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya yang telah diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.
5. Kepada teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
6. Seluruh teman-teman Mahasiswa S1 FEB UMB Menteng yang telah bersedia menjadi Responden pada skripsi ini.

7. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat,doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada saya serta memberikan banyak insipirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya sebagai manusia biasa, bahwa proposal ini masih tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat terbatasnya pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 26 November 2020

Riska Eva Sari



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARVA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Perilaku Konsumen	13
2. <i>Visit Intention</i>	14
3. <i>Instagram Review</i>	16
4. <i>Destination Image</i>	18
5. <i>Tourist Attraction</i>	19
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Keterkaitan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	25
1. Hubungan <i>Instagram Review</i> terhadap Minat Berkunjung	25
2. Hubungan <i>Destination Image</i> terhadap Minat Berkunjung	26
3. Hubungan <i>Tourist Atraction</i> terhadap Minat Berkunjung	26
D. Rerangka Konseptual	27
E. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi dan Operasional Variabel	31
1. Definisi Variabel	31
2. Operasional Variabel	34
D. Skala Pengukuran Variabel	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi	36

F.	2. Sampel.....	37
	Metode Pengumpulan Data.....	37
G.	Metode Analisis Data.....	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A.	Gambaran Umum Lokasi atau Obyek Penelitian.....	42
	1. Sejarah Objek Wisata.....	42
	2. Ruang Lingkup Objek Wisata.....	44
B.	Analisis Statistik Deskriptif.....	46
C.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
D.	Analisis Data.....	52
	1. <i>Component Base Structural Modelling</i>	52
	2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	52
	a. <i>Convergent Validity</i>	53
	b. Uji <i>Convergent Validity</i> setelah Modifikasi.....	56
	c. Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
	d. Uji <i>Discriminant Validity</i>	59
	e. Uji Reliabilitas.....	60
	3. Pengujian Model Struktur/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	62
	a. Nilai <i>R-Square</i>	62
	b. Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	63
	c. <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	64
	d. Evaluasi Model Fit.....	65
	e. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	65
E.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
	1. Pengaruh <i>Instagram Review</i> terhadap Minat Berkunjung.....	68
	2. Pengaruh <i>Destination Image</i> terhadap Minat Berkunjung.....	69
	3. Pengaruh <i>Tourist Attraction</i> terhadap Minat Berkunjung.....	70
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
A.	Kesimpulan.....	71
B.	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		77

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung Pendaki 2014-2018.....	4
Tabel 1.2	Pra Survey Terkait Faktor – Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan.....	10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2	Skala Likert.....	36
Tabel 4.1	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2	Persebaran Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel <i>Visit Intention</i>	48
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel <i>Instagram Review</i>	49
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel <i>Destination Image</i>	50
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel <i>Tourist Atraction</i>	51
Tabel 4.8	Hasil Nilai <i>Loading Factor</i>	55
Tabel 4.9	Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> setelah Modifikasi.....	57
Tabel 4.10	Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 4.11	Uji <i>Fornell Lacker Criterion</i>	59
Tabel 4.12	Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	60
Tabel 4.13	Hasil Pengujian CA.....	61
Tabel 4.14	Hasil Pengujian CR.....	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	62
Tabel 4.16	Hasil Uji Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>).....	63
Tabel 4.17	Hasil Uji Nilai <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	64
Tabel 4.18	Hasil Uji Evaluasi Model Fit.....	65
Tabel 4.19	Hasil Uji Signifikansi Antar Variabel.....	66

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1	Profil akun @tn_gedepangrango.....	7
Gambar 2.1	Rerangka Konseptual Penelitian.....	28
Gambar 4.1	Rancangan <i>Outer Model</i>	53
Gambar 4.2	Hasil Output Diagram Jalur Awal.....	54
Gambar 4.3	Hasil Output Diagram Jalur (Modifikasi).....	56
Gambar 4.4	Diagram <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
Gambar 4.5	Diagram <i>Cronbach's Alpha (CA)</i>	61
Gambar 4.6	Diagram <i>Composite Reliability (CR)</i>	62
Gambar 4.7	Diagram Uji Koefisien Determinasi.....	63
Gambar 4.8	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	64



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1	Kuesioner.....	77
Lampiran 2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	82
Lampiran 3	Hasil Uji Model Pengukuran.....	93
Lampiran 4	Hasil Uji Model Struktural.....	98

