

BAB V

PEMBAHASAN dan SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji korelasi dan regresi menunjukkan bahwa variabel (X) instagram dan variabel (Y) keputusan berkunjung memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan sebesar 0,371. Sedangkan pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 13,8%. Yang menandakan bahwa keputusan berkunjung ke Museum TNI AD dapat dipengaruhi dengan adanya instagram, sisanya dipengaruhi oleh factor lain seperti promosi secara *offline* maupun media sosial lainnya.

Berdasarkan hasil uji t memperlihatkan ada pengaruh yang signifikan variabel (X) media sosial terhadap variabel (Y) keputusan berkunjung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu t hitung 3.956 t tabel taraf signifikan 5% yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut;

1. Dalam penelitian ini terbukti bahwa penggunaan media sosial instagram dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, dari hasil tersebut diharapkan pengelola dapat memanfaatkan peluang ini dengan sangat baik. Pengelola dapat lebih berinovasi dalam membuat tampilan dan konten-konten semenarik mungkin agar wisatawan tertarik untuk melihat, membaca serta berkunjung ke Museum TNI AD dalam

penelitian ini penulis menggunakan media sosial sebagai objek penelitian, diharapkan untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat menggunakan media sosial yang berbeda untuk mengukur dampak media sosial tersebut di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- Atmoko, S. 2013. prosedur penelitian: suatu pendekatan patrik. Jakarta: Rineka cipta.
- Dwiputra, R. (2013). Preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 24(1), 35-48.
- Hasan, A., & Setiyaningtiyas, N. W. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Media Wisata*, 13(1).
- Marpaung happy. 2002. Pengetahuan kepariwisataan. Bandung: Alfabeta.
- Pariwisata, W. (2013). Pengertian Pariwisata. Retrieved Mei, 7, 2014.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).
- Sugiono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif dan R%D. Bandung: Alfabeta
- Topan, Tubagus, and S. Rahmadi. Interior Eksterior Masjid Agung Alun-Alun Kota Bandung Dalam Fotografi Arsitektur. Tubagus Topan: 146020027. Diss. Fotografi & Film, 2019.
- Tubagus topan Bandung, September 2019. Interior Eksterior Masjid Agung Alun-Alun Kota Bandung Dalam Fotografi Arsitektur .<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/43305>
- Utama, I. Gusti Bagus Rai. Pemasaran Pariwisata. Penerbit Andi, 2017
- Zulkifli Matondang Juni 2009. Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian, Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.pdf

2. INTERNET

- <https://kebudayaan.jogjakota.go.id/search/category/museum-pusat-tni-ad-dharma-wiratama>
- Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram by Made Resta Handika. (diakses pada 1 Febuari 2021) , April 2018.
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/601>
- Pariwisata, W. (2013). Pengertian Pariwisata. *Retrieved Mei*, 7, 2014.
- Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen.
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95/90>

Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. (di akses pada 1 Febuari 2021) “ lie liana Juli 2009 : 90-97
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95/90>

Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian Zulkifli Matondang (diakses pada 2 Febuari 2021) Juni 2009, [Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian.pdf](#)

3. JURNAL DAN SKRIPSI

Dwiputra, R. (2013). Preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi Merapi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 24(1), 35-48.

Hasan, A., & Setiyaningtiyas, N. W. (2015). Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke Desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul. *Media Wisata*, 13(1).

Lestari, F. (2013). Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri rajutan Binong Jati Bandung. *Available at elib. unikom. ac. Id*, 8, 14-27.

“Litta Ayu Amartin”, 08 Nov 2018” Pengaruh Akun Instagram @Explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) Ke Tempat Wisata Di Banten (Survey Pada Followers @Explorebanten) <http://eprints.untirta.ac.id/1106/>

“tubagus topan Bandung, September 2019” Interior Eksterior Masjid Agung Alun-Alun Kota Bandung Dalam Fotografi Arsitektur. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/43305>

Made Resta Handika .Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/601>

Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1).

Sugiarti, G. (2012). Pengaruh Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Pegawai (Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. *Serat Acitya*, 1(2), 73

Teknik Analisis Kuantitatif Oleh: Ali Muhson (di akses pada 2 Febuari 2021) april 2017
[Teknik Analisis Kuantitatif 1 Teknik Ana.Pdf](#)

Topan, Tubagus, and S. Rahmadi. *Interior Eksterior Masjid Agung Alun-Alun Kota Bandung Dalam Fotografi Arsitektur. Tubagus Topan: 146020027*. Diss. Fotografi & Film, 2019.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

SURAT PENGANTAR PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 447/Q.AMPTA/III/2021
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 20 Maret 2021

Kepada Yth.
Kepala Museum TNI AD Dharma Wiratama
Jl. Jendral Sudirman No. 75
Kota Yogyakarta

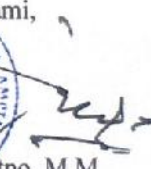
Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan melaksanakan penelitian di Museum TNI AD Dharma Wiratama Yogyakarta dari tanggal 22 Maret – 21 April 2021, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Strata I Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Yohanes Pardido Simatupang
No Mahasiswa : 517100836
Semester : 8 (delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian untuk mendapatkan data Penelitian untuk membuat skripsi.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M.

Tembusan:
-File

LAMPIRAN 2

SURAT BALASAN PENELITIAN

BALAKMUSMONPUS
MUSEUM TNI AD DHARMA WIRATAMA

Yogyakarta, 23 Maret 2021

Nomor : B / 02 / III / 2021
Klasifikasi : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Pemberian izin Penelitian

Yth. Ketua STP AMPTA

di

Yogyakarta

1. Dasar :
 - a. Peraturan Kasad Nomor Perkasad/103/XII/2012 tanggal 12 Desember 2012 tentang Organisasi dan Tugas Disjarahad; dan
 - b. Surat Ketua STP AMPTA Yogyakarta Nomor 447/Q.AMPTA/III/2021 tanggal 20 Maret 2021 perihal Permohonan Penelitian.

2. Sehubungan dasar tersebut di atas, kami memberikan izin Penelitian di Museum TNI AD Dharma Wiratama Yogyakarta dari tanggal 22 Maret s.d 21 April 2021, kepada mahasiswa bapak atas nama :

Nama Mahasiswa : Yohanes Pardido Simatupang
No Mahasiswa : 517100836

3. Demikian mohon dimaklumi.

Kepala Museum TNI AD Dharma Wiratama,



Yanti Murdiani
Kapten Caj (K) NRP 21940144660573

Tembusan :

Kabalakmusmonpus Disjarahad

LAMPIRAN 3
KUISIONER

kuesioner

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI MUSEUM TENTARA NASIONAL INDONESIA ANGKATAN DARAT.

responden yang terhormat,

Saya Yohanes Pardido Simatupang mahasiswa jurusan pariwisata di STP AMPTA Yogyakarta, saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum TNI AD Yogyakarta" oleh sebab itu, saya memohon kesediaan untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Terimakasih karena telah membuka link ini dan kesediaan mengisi kuesioner.

hormat saya,

Yohanes Pardido Simatupang

*Wajib

* Wajib

1. Nama *

2. Usia *

3. Jenis Kelamin *

Tandai satu oval saja.

Laki-Laki

Perempuan

4. Alamat *

Tandai satu oval saja.

Yogyakarta

Luar Yogyakarta

5. Lama Menggunakan Instagram *

Tandai satu oval saja.

< 1 Tahun

> 1 Tahun

6. Museum TNI AD mengunggah foto yang yang menarik? *

Centang semua yang sesuai.

SANGAT SETUJU

SETUJU

TIDAK SETUJU

SANGAT TIDAK SETUJU

7. Adanya followers yang banyak mampu menarik untuk diikuti? *

Centang semua yang sesuai.

SANGAT SETUJU

SETUJU

TIDAK SETUJU

SANGAT TIDAK SETUJU

8. Instagram @museumtniad memiliki banyak like yang dapat menarik perhatian? *

Centang semua yang sesuai.

- SANGAT SETUJU
 SETUJU
 TIDAK SETUJU
 SANGAT TIDAK SETUJU

9. Akun @museumtniad memiliki komentar yang aktif? *

Centang semua yang sesuai.

- SANGAT SETUJU
 SETUJU
 TIDAK SETUJU
 SANGAT TIDAK SETUJU

10. Mention memudahkan pengguna instagram lain untuk menemukan akun @museumtniad? *

Centang semua yang sesuai.

- SANGAT SETUJU
 SETUJU
 TIDAK SETUJU
 SANGAT TIDAK SETUJU

11. Saya mengetahui Museum TNI AD dengan mencari informasi melalui instagram? *

Centang semua yang sesuai.

- SANGAT SETUJU
 SETUJU
 TIDAK SETUJU
 SANGAT TIDAK SETUJU

12. Saya memilih berkunjung ke Museum TNI AD setelah membandingkan berbagai informasi destinasi wisata sejenis? *

Centang semua yang sesuai.

- SANGAT SETUJU
 SETUJU
 TIDAK SETUJU
 SANGAT TIDAK SETUJU

13. Jika ada waktu dan kesempatan saya ingin berkunjung kembali ke Museum TNI AD Yogyakarta *

Centang semua yang sesuai.

- SANGAT SETUJU
 SETUJU
 TIDAK SETUJU
 SANGAT TIDAK SETUJU

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

LAMPIRAN 4
TABULASI DATA

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

		Umur	Jeniskelamin	Alamat	Instagram
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	10-20	53	53.0	53.0	53.0
	20-40	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jeniskelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	43	43.0	43.0	43.0
	perempuan	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Alamat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yogyakarta	83	83.0	83.0	83.0
	luar-yogyakarta	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang-dari-1-tahun	16	16.0	16.0	16.0
	lebih-dari-1-tahun	84	84.0	84.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Correlations

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X
X1	Pearson Correlation	1	.314**	.361**	.292**	.203*	.814**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.003	.043	.000
	N	100	100	100	100	100	30
X2	Pearson Correlation	.314**	1	.297**	.206*	.356**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.001		.003	.040	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	30
X3	Pearson Correlation	.361**	.297**	1	.238*	.346**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.017	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	30
X4	Pearson Correlation	.292**	.206*	.238*	1	-.076	.616**
	Sig. (2-tailed)	.003	.040	.017		.451	.000
	N	100	100	100	100	100	30
X5	Pearson Correlation	.203*	.356**	.346**	-.076	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.043	.000	.000	.451		.000
	N	100	100	100	100	100	30
X	Pearson Correlation	.814**	.841**	.762**	.616**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.524**	.425*	.827**
	Sig. (2-tailed)		.003	.019	.000
	N	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.524**	1	.388*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.003		.034	.000
	N	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.425*	.388*	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.019	.034		.000
	N	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.827**	.816**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 6

DATA R

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.571	.496		7.194	.000
	Media Sosial Instagram	.222	.056	.371	3.956	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

LAMPIRAN 7
DATA T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.571	.496		7.194	.000
	Media Sosial Instagram	.222	.056	.371	3.956	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

LAMPIRAN 7
DOKUMENTASI

