

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai pengaruh media sosial instagram terhadap minat kunjungan di The House of Raminten Yogyakarta yaitu lebih banyak wanita dengan usia 22 sampai 25 tahun dan rata-rata telah lulus dari Perguruan Tinggi yang merespon kuesioner yang dikirim secara *online*. Dari total 100 responden, sesuai dari hasil kuesioner menyatakan bahwa yang paling banyak berkunjung ke The House Of Raminten yaitu konsumen dari Yogyakarta dan juga konsumen dari luar pulau jawa diurutan kedua. Hal ini membuktikan bahwa media sosial instagram memiliki jangkauan yang tidak terbatas dalam menyebarkan suatu postingan sehingga konsumen yang berada di luar kota Yogyakarta dapat melihat informasi yang disebar oleh The House Of Raminten melalui media sosial instagram dimana pun.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu $3.949 > 1.661$ dengan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0.05$. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjungan konsumen di The House Of Raminten dengan demikian dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi The House Of Raminten Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan untuk pihak restoran untuk tetap mempertahankan konsep restoran yang digunakan saat ini untuk menjaga suasana tradisional jawa. Lebih meningkatkan lagi aktivitas di akun instagram nya terutama untuk memposting konten dengan video seperti *reels* dengan semenarik mungkin karena melihat banyaknya ketertarikan pengguna instagram terhadap fitur *reels* yang dapat menarik minat kunjungan di The House Of Raminten

2. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan menggunakan media sosial lainnya dan juga menambahkan variabel lain agar hasil penelitian dapat menambah wawasan baru untuk pembaca.

Daftar Pustaka

Buku

- A.W Marsum. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Paktik*, Cetakan kelimabelas. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang.(2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Basu, Swastha Irawan. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Diamond, Stephanie. (2015). *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta: Serambi.
- Ghazali, Miliza. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Cetakan IV. Semarang: Badan Penertbit Universitas Diponegoro.
- Gregoire, M.B. (2010). *Food Service Organizations: A Managerial and System Approach*. USA: Pearson Education
- Hamdi, A.S., dan Bahruddin, E. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish
- Hendroyono, Handoko. (2012) *Brand Gardener*. Tangerang: Literati.
- Kotler, Philip., dan Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, Jakarta: Erlangga
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis korelasi, regresi dan multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media
- Santosa. 2018. *Statistika Hospitalitas (edisi revisi)*. Yogyakarta: deepublish.

- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Jakarta Indeks
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, Eman. (2010). *Business Entrepreneur*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2013). *Teori, Kuesioner, & Analisis Data*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Supranto, J., & Limakrisna, N. (2013). *Statistika Untuk Penelitian Pemasaran dan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mitra Wacana Media
- Tjiptono, Fandy. (2002) *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. Hal. 221.
- Yuliara, I Made. (2016). *Modul Regresi Linear Sederhana*. Bali: Universitas Udayana. Bali

Artikel Jurnal

- Dewi, A., Mananeke, L., & Poluan, J.C. (2021). Analisis Strategi Promosi Online Dalam Meminimalisir Biaya Penjualan Pada Brand Nobby Classy Muslim Outfit Di Manado Town Square Sulawesi Utara. *Jurnal Manajemen*. 9(2), 44-49. Tersedia [https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/33269/31466#:~:text=Shama%20Kabani%20\(2012%3A2\),produk%20atau%20jasa%20yang%20ditawarkan](https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/33269/31466#:~:text=Shama%20Kabani%20(2012%3A2),produk%20atau%20jasa%20yang%20ditawarkan).
- Diyatma, A.J. (2017). Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Distro & Bar. *Jurnal Manajemen*. 4(1), 178-179.

Putri, C.S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 1(5), 594-603.

Ramadhan, A.H. (2015). Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 28(1), 3. Tersedia <https://www.neliti.com/publications/86456/pengaruh-city-branding-terhadap-minat-berkunjung-serta-dampaknya-pada-keputusan>

Sanjaya, G., Istanto, F.H., & Nuradhi, L.M. (2017). Perancangan Arsitektur Interior Restoran Barat Di Jl. Bukit Darmo Boulevard Dengan Gaya Kontemporer. *Jurnal Arsitektur Interior*. 2(2), 242.

Internet/Website

Nursastri, Sri Anindiati. (2013). 47% Orang Indonesia Liburan untuk Wisata Kuliner. Tersedia <https://travel.detik.com/travel-news/d-2427906/47-orang-indonesia-liburan-untuk-wisata-kuliner>, diakses 3 Maret 2020

Sendari, A.A. (2020). Tujuan Promosi Menurut Para Ahli, Kenali Bentuk-Bentuknya. Tersedia <https://hot.liputan6.com/read/4441490/tujuan-promosi-menurut-para-ahli-kenali-bentuk-bentuknya>, diakses 25 Maret 2022

Skripsi

Anggraeni, Reni Nur. (2018). *Pengaruh Promosi Kafe Sobahollic di Instagram Terhadap Minat Berkunjung*. Skripsi. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Danaswari, Difa. (2015). *Instagram Sebagai Media Promosi Online Shop*. Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta. Diakses 25 Pebruari 2020.

Digrabrata, Hidayatullah Surya. (2013). *Implementasi Marketing Mix Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ke Taman Wisata Lembah Hijau*. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung.

Rahayu, Suci. (2018). *Pengaruh Promosi Online dengan Media Sosial Instagram dan Citra Hotel Terhadap Minat Kunjungan di Hotel Sahid*. Skripsi. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1
Surat Balasan Penelitian



Jl. RM, Noto No 7, Kotabaru – Gondokusuman – Yogyakarta (Selatan MIROTA Bakery)
Telp. 0274 – 547315 fax 0274 – 565928

SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini Personalia The House of Raminten, membenarkan bahwa :

Nama : Natasya Dani Setyowati
NIM : 312101130
Semester : X (Sepuluh)
Jurusan : D IV Pengelolaan Perhotelan
Kampus : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Adalah benar telah melakukan penelitian di The House of Raminten dengan judul "Pengaruh media sosial Instagram terhadap minat kunjungan di The House of Raminten Yogyakarta" pada tanggal 18 April 2022 sampai dengan tanggal 18 Mei 2022.

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 6 Juni 2022

Personalia

The House of Raminten

Anton Octavi S.N

Lampiran 2

Hasil Data Penelitian

Data Responden

NO.	MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (X)							TOTAL	NO.	MINAT KUNJUNGAN (Y)						TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7			Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	3	3	3	2	3	3	20	1	4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	3	3	3	3	3	21	2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	3	3	21	3	2	3	4	2	4	3	18
4	3	3	3	3	3	3	4	22	4	3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	3	4	4	4	27	5	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	3	3	3	3	3	21	6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	4	3	3	3	3	3	22	7	2	3	3	3	2	2	15
8	4	4	4	4	4	4	4	28	8	2	3	3	3	3	2	16
9	4	4	3	3	4	4	4	26	9	4	4	4	4	3	4	23
10	4	3	4	4	4	4	2	25	10	3	3	3	4	3	4	20
11	3	3	3	3	3	2	3	20	11	3	3	3	3	4	4	20
12	4	4	4	4	4	4	4	28	12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	3	3	2	3	3	4	22	13	4	3	4	3	2	4	20
14	3	3	3	2	3	3	3	20	14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	4	4	3	3	4	24	15	3	3	3	3	3	3	18
16	4	4	4	4	4	4	4	28	16	4	3	3	3	3	4	20
17	3	3	3	3	3	3	3	21	17	3	3	3	3	3	3	18
18	3	4	4	3	3	3	3	23	18	2	2	3	3	2	3	15
19	3	3	3	3	4	3	3	22	19	3	3	3	3	3	3	18
20	3	3	3	3	3	3	3	21	20	4	3	3	3	3	3	19
21	3	3	3	3	3	3	3	21	21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	4	3	22	22	4	4	3	3	3	4	21
23	4	3	3	2	3	4	4	23	23	3	4	4	3	3	2	19
24	3	4	4	3	3	3	3	23	24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	3	3	3	3	4	3	23	25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	4	4	3	4	4	25	26	2	3	2	3	2	4	16
27	4	4	4	4	4	4	4	28	27	3	3	3	3	3	4	19
28	4	3	3	4	3	3	3	23	28	3	3	4	3	3	4	20
29	3	3	3	3	3	3	3	21	29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	3	3	21	30	2	3	4	2	4	3	18

NO.	MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (X)							TOTAL	NO.	MINAT KUNJUNGAN (Y)						TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7			Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	3	3	3	2	3	3	20	1	4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	3	3	3	3	3	21	2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	3	3	21	3	2	3	4	2	4	3	18
4	3	3	3	3	3	3	4	22	4	3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	3	4	4	4	27	5	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	3	3	3	3	3	21	6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	4	3	3	3	3	3	22	7	2	3	3	3	2	2	15
8	4	4	4	4	4	4	4	28	8	2	3	3	3	3	2	16
9	4	4	3	3	4	4	4	26	9	4	4	4	4	3	4	23
10	4	3	4	4	4	4	2	25	10	3	3	3	4	3	4	20
11	3	3	3	3	3	2	3	20	11	3	3	3	3	4	4	20
12	4	4	4	4	4	4	4	28	12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	3	3	2	3	3	4	22	13	4	3	4	3	2	4	20
14	3	3	3	2	3	3	3	20	14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	4	4	3	3	4	24	15	3	3	3	3	3	3	18
16	4	4	4	4	4	4	4	28	16	4	3	3	3	3	4	20
17	3	3	3	3	3	3	3	21	17	3	3	3	3	3	3	18
18	3	4	4	3	3	3	3	23	18	2	2	3	3	2	3	15
19	3	3	3	3	4	3	3	22	19	3	3	3	3	3	3	18
20	3	3	3	3	3	3	3	21	20	4	3	3	3	3	3	19
21	3	3	3	3	3	3	3	21	21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	4	3	22	22	4	4	3	3	3	4	21
23	4	3	3	2	3	4	4	23	23	3	4	4	3	3	2	19
24	3	4	4	3	3	3	3	23	24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	3	3	3	3	4	3	23	25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	4	4	3	4	4	25	26	2	3	2	3	2	4	16
27	4	4	4	4	4	4	4	28	27	3	3	3	3	3	4	19
28	4	3	3	4	3	3	3	23	28	3	3	4	3	3	4	20
29	3	3	3	3	3	3	3	21	29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	3	3	21	30	2	3	4	2	4	3	18
31	3	4	4	3	3	4	4	25	31	4	3	3	3	2	4	19
32	3	4	4	3	4	3	3	24	32	4	3	3	3	3	4	20
33	3	3	3	4	3	4	3	23	33	3	4	4	3	3	3	20
34	3	3	2	2	2	2	2	16	34	2	3	3	2	3	3	16
35	3	3	3	3	3	3	3	21	35	3	3	3	3	2	3	17
36	3	3	4	2	3	3	3	21	36	4	3	3	2	2	3	17
37	3	3	3	3	3	3	3	21	37	3	3	3	3	3	3	18
38	4	4	4	4	4	3	3	26	38	3	3	3	3	4	3	19
39	3	4	3	4	3	3	4	24	39	4	4	4	4	3	3	22
40	4	3	3	2	3	3	3	21	40	2	2	2	3	3	3	15
41	3	4	3	3	4	3	3	23	41	4	3	3	3	3	3	19
42	3	3	3	3	4	3	3	22	42	2	1	2	3	2	2	12
43	4	4	4	4	4	4	4	28	43	4	4	4	4	4	4	24
44	3	3	4	2	3	4	4	23	44	1	4	4	4	1	4	18
45	4	3	3	4	3	3	3	23	45	4	4	4	4	4	3	22
46	4	3	3	3	3	3	3	22	46	3	3	3	3	3	3	18
47	3	4	4	4	4	4	4	27	47	2	2	2	2	2	4	14
48	3	4	3	2	3	3	2	20	48	3	4	4	3	3	3	20
49	3	3	3	3	3	3	3	21	49	2	3	3	3	3	3	17
50	4	3	3	3	3	4	4	24	50	3	3	3	3	3	3	18

NO.	MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (X)							TOTAL	NO.	MINAT KUNJUNGAN (Y)						TOTAL
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7			Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
51	3	3	3	3	3	3	3	21	51	3	3	3	3	3	3	18
52	3	4	4	4	4	4	4	27	52	4	4	4	2	3	4	21
53	3	3	3	3	3	3	4	22	53	3	3	3	3	3	3	18
54	3	3	3	3	3	3	3	21	54	3	3	3	3	3	3	18
55	3	3	3	2	3	3	3	20	55	3	3	3	3	3	3	18
56	4	4	4	4	4	4	4	28	56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	3	3	2	4	3	3	22	57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	3	3	3	3	3	21	58	3	3	3	3	4	3	19
59	4	3	3	3	3	3	3	22	59	3	3	3	3	2	3	17
60	4	4	4	4	4	4	4	28	60	3	2	3	2	3	4	17
61	3	3	3	3	3	3	3	21	61	3	4	3	2	3	4	19
62	3	4	4	4	3	3	3	23	62	2	2	3	2	3	4	16
63	4	4	4	4	3	4	3	26	63	3	4	4	3	4	4	22
64	3	3	3	3	3	4	4	23	64	2	3	3	3	3	3	17
65	3	3	3	3	3	3	3	21	65	3	3	3	3	3	3	18
66	4	3	3	2	3	4	2	21	66	3	4	2	3	3	4	19
67	3	3	3	3	3	4	3	22	67	2	2	3	3	3	3	16
68	4	3	3	3	3	3	3	22	68	2	3	4	3	2	4	18
69	3	3	2	2	3	3	3	19	69	2	3	2	2	3	2	14
70	4	4	4	3	3	4	4	26	70	4	4	3	4	2	4	21
71	4	4	4	4	4	3	4	27	71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	3	3	3	4	4	25	72	3	2	3	3	4	4	19
73	3	4	4	3	3	3	3	23	73	2	3	3	3	3	3	17
74	4	3	3	3	3	3	3	22	74	3	4	4	3	4	4	22
75	4	4	4	4	4	4	4	28	75	4	4	4	4	4	3	23
76	4	4	3	4	4	3	3	25	76	4	4	4	3	4	3	22
77	3	4	4	3	3	4	3	24	77	3	3	4	3	3	3	19
78	3	3	3	4	4	4	4	25	78	3	4	4	3	4	4	22
79	4	4	3	3	3	4	3	24	79	2	3	3	4	3	4	19
80	4	4	3	4	4	4	4	27	80	3	4	4	4	4	4	23
81	4	4	4	4	4	4	4	28	81	4	4	3	2	3	4	20
82	3	3	4	4	4	4	3	25	82	3	4	3	4	4	4	22
83	4	3	3	3	3	3	3	22	83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	3	3	4	4	4	26	84	4	3	3	3	3	4	20
85	4	4	4	3	3	4	3	25	85	4	4	3	3	3	3	20
86	3	3	4	4	4	4	4	26	86	2	3	3	2	3	3	16
87	3	3	4	4	4	4	4	26	87	3	3	3	3	4	4	20
88	4	4	3	4	4	4	4	27	88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	4	28	89	3	3	4	3	4	3	20
90	4	3	3	3	4	3	3	23	90	3	3	3	4	4	3	20
91	3	4	4	3	3	3	3	23	91	3	3	4	4	4	4	22
92	4	4	4	4	4	4	4	28	92	2	2	3	3	3	3	16
93	3	3	3	3	3	4	3	22	93	3	3	3	2	3	3	17
94	4	4	4	3	4	3	3	25	94	4	4	3	4	4	4	23
95	4	4	4	4	3	3	3	25	95	3	3	3	3	3	3	18
96	4	3	3	3	3	3	3	22	96	3	4	3	3	3	4	20
97	4	4	3	3	3	3	3	23	97	2	3	3	3	4	4	19
98	4	4	3	3	3	3	4	24	98	4	3	4	4	4	3	22
99	4	4	4	4	4	4	4	28	99	3	3	4	4	3	4	21
100	4	3	3	3	3	3	4	23	100	4	4	4	3	2	3	20

Tabel karakteristik penelitian

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	41	41%
Wanita	59	59%
Total	100	100%

Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
18 - 21 tahun	28	28%
22 - 25 tahun	50	50%
26 - 29 tahun	14	14%
>30 tahun	8	8%
Total	100	100%

Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA/Sederajat	41	41%
Universitas	59	59%
Total	100	100%

Kota Asal Responden

Kota Asal	Jumlah	Persentase
Yogyakarta	30	30%
Jawa Tengah	9	9%
Jawa Timur	10	10%
Jawa Barat	14	14%
Jakarta	15	15%
Luar Pulau Jawa	22	22%
Total	100	100%

Lampiran 3
Hasil Output SPSS Ver 26

Hasil uji validitas (correlation x)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	INSTAGRAM
X1	Pearson Correlation	1	.408 [*]	.342	.257	.619 ^{**}	.686 ^{**}	.429 [*]	.734 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.025	.064	.170	.000	.000	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.408 [*]	1	.617 ^{**}	.312	.572 ^{**}	.406 [*]	.406 [*]	.719 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.025		.000	.093	.001	.026	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.342	.617 ^{**}	1	.648 ^{**}	.523 ^{**}	.482 ^{**}	.351	.780 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.064	.000		.000	.003	.007	.057	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.257	.312	.648 ^{**}	1	.443 [*]	.355	.142	.639 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.170	.093	.000		.014	.054	.454	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.619 ^{**}	.572 ^{**}	.523 ^{**}	.443 [*]	1	.584 ^{**}	.334	.800 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.014		.001	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.686 ^{**}	.406 [*]	.482 ^{**}	.355	.584 ^{**}	1	.423 [*]	.781 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.026	.007	.054	.001		.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.429 [*]	.406 [*]	.351	.142	.334	.423 [*]	1	.612 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.018	.026	.057	.454	.071	.020		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
INSTAGRAM	Pearson Correlation	.734 ^{**}	.719 ^{**}	.780 ^{**}	.639 ^{**}	.800 ^{**}	.781 ^{**}	.612 ^{**}	1

Hasil uji validitas (correlation y)

		Correlations						MINATKUNJUN
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	G
Y1	Pearson Correlation	1	.544**	.332	.602**	.245	.567**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.002	.073	.000	.192	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.544**	1	.447*	.430*	.372*	.220	.699**
	Sig. (2-tailed)	.002		.013	.018	.043	.244	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.332	.447*	1	.165	.507**	.163	.619**
	Sig. (2-tailed)	.073	.013		.383	.004	.390	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.602**	.430*	.165	1	.098	.452*	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.383		.605	.012	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.245	.372*	.507**	.098	1	.218	.594**
	Sig. (2-tailed)	.192	.043	.004	.605		.247	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.567**	.220	.163	.452*	.218	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001	.244	.390	.012	.247		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
MINATKUNJUNG	Pearson Correlation	.826**	.699**	.619**	.660**	.594**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

Hasil uji reliabilitas x

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	7

Hasil uji reliabilitas y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.763	6

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.24680641
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.083
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Hasil Analisis Uji t Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.750	2.140		5.023	.000
	INSTAGRAM	.357	.090	.370	3.949	.000

a. Dependent Variable: MINATKUNJUNGAN

Lampiran 4
Tabel Product Moment (r)

df(n-2)	taraf signifikan		df(n-2)	taraf signifikan	
	5%	1%		5%	1%
1	0.997	1.000	21	0.413	0.526
2	0.950	0.990	22	0.404	0.515
3	0.878	0.959	23	0.396	0.505
4	0.811	0.917	24	0.388	0.496
5	0.754	0.875	25	0.381	0.487
6	0.707	0.834	26	0.374	0.479
7	0.666	0.798	27	0.367	0.471
8	0.632	0.765	28	0.361	0.463
9	0.602	0.735	29	0.355	0.456
10	0.576	0.708	30	0.349	0.449
11	0.553	0.684	40	0.304	0.393
12	0.532	0.661	50	0.273	0.354
13	0.514	0.641	60	0.250	0.325
14	0.497	0.623	70	0.232	0.302
15	0.482	0.606	80	0.217	0.283
16	0.468	0.590	90	0.205	0.267
17	0.456	0.575	98	0.197	0.256
18	0.444	0.561	100	0.195	0.254
19	0.433	0.549	200	0.138	0.181
20	0.423	0.537			

Lampiran 5
Tabel t

dk	α untuk uji satu pihak (one tail test)					
	0.250	0.100	0.050	0.025	0.010	0.005
	α untuk uji satu pihak (one tail test)					
	0.500	0.200	0.100	0.050	0.020	0.010
1	1.000	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657
2	0.816	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	0.765	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	0.741	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	0.727	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	0.718	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	0.711	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	0.706	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	0.703	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	0.700	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	0.697	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	0.695	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	0.694	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	0.692	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	0.691	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	0.690	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	0.689	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	0.688	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	0.688	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	0.687	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	0.686	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	0.686	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	0.685	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	0.685	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	0.684	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	0.684	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	0.684	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	0.683	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	0.683	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	0.683	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
40	0.681	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
50	0.679	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
60	0.679	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660
70	0.678	1.294	1.667	1.994	2.381	2.648
80	0.678	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639
90	0.677	1.291	1.662	1.987	2.368	2.632
98	0.677	1.290	1.661	1.984	2.365	2.627
100	0.677	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626
200	0.676	1.286	1.653	1.972	2.345	2.601

Lampiran 6

Dokumentasi



Area Photo Booth



Pintu masuk restoran



Kereta Kuda di area tunggu



Area souvenir



Tempat cuci tangan sebelum masuk restoran



Papan Informasi



Area foto



Tempat server memberikan *captain order*



Pajangan Foto Bapak Hamzah



Area makan di restoran



Tampilan menu di layar



Tempat cuci tangan di dalam restoran



Server saat mengantar menu



Server saat taking order

Lampiran 7
Lembar Bimbingan

LEMBAR BEMBRINGAN



NAMA MAHASISWA : NATASYA DINI SETYOWATI
 NO. MAHASISWA : 51101130
 JUDUL PENELITIAN : PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN DI THE HOUSE OF RAMBATEM

NAMA PEMBIMBING I : DR. PRINOTNO, MM.

NAMA PEMBIMBING II : DR. NUHARANI EK, M.Pd

NO.	TANGGAL	URAIAN BEMBRINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BEMBRINGAN	PARAF
1	28/3/2022	Analisis teseris awal	[Signature]	1	28/3/2022	Pembahasan, Teorinya, Daftar	[Signature]
2	29/3/22	Prinsip RSC	[Signature]	2	06/04/2022	Perbaikan Perbaikan, Perbaikan, Daftar Perbaikan	[Signature]
3	9/4/22	Interpretasi Grafik Lanjutan Rancangan di awal lagi	[Signature]	3	19/4/2022	Revisi disetujui	[Signature]
		- Disetujui Rancangan di awal lagi		4	12/5/2022	Latihan Perbaikan, Daftar Isi Pengantar, Kata & Kata	[Signature]
		- Kesepakatan & final di awal lagi		5	14/5/2022	Revisi Perbaikan	

