

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji f variabel X (media sosial) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel Y (minat kunjung). Dapat diketahui bahwa nilai hasil uji f hitung adalah sebesar 4,882 dan f tabel sebesar 2,69, artinya $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan tingkat signifikan $0,003 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak, yang artinya bahwa media sosial (*instagram*, *youtube* dan *website*) memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat kunjung wisatawan di Gamplong Studio Alam Sleman Yogyakarta.
2. Berdasarkan uji t Hipotesis (H_{a2}) diterima yang berbunyi benar bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang paling memiliki pengaruh terhadap minat kunjung wisatawan di Gamplong Alam Studio Sleman Yogyakarta dan hipotesis (H_{o2}) ditolak yang berbunyi tidak benar bahwa *Instagram* merupakan media sosial yang paling memiliki pengaruh terhadap minat kunjung wisatawan di Gamplong Alam Studio Sleman Yogyakarta. Dengan hasil nilai t_{hitung} *Instagram* lebih besar dibandingkan dengan variabel *Youtube* dan *Website* ($2,535 > 1,362 > 0,635$). Konten *Instagram* yang paling banyak diminati oleh wisatawan

adalah konten video atau *reels*. Hal ini dapat dilihat dari *likes* atau tanda suka yang ada pada berbagai konten video lebih banyak dari *likes* yang ada pada konten foto.

3. Nilai R Square sebesar 0,508 atau 50,8% yang berarti bahwa variabel *Instagram* (X1), *Youtube* (X2), *Website* (X3) berpengaruh sebesar 51% terhadap variabel Minat Kunjung (Y). Sehingga sisanya sebanyak 49% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang mempengaruhi seperti minat kunjung wisatawan karena Gamplong Studio Alam Sleman Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang sering dibuat *shooting film* atau sering didatangi oleh artis-artis Indonesia. Selain itu, terdapat beberapa faktor lain yang tidak dijelaskan oleh peneliti.

B. Saran

Dalam penelitian ini terbukti bahwa pengguna aktif media sosial berupa *Instagram*, *Youtube* maupun *Website* dapat mempengaruhi minat kunjung wisatawan, dari hasil tersebut maka terdapat beberapa saran yang dapat digunakan pengelola Gamplong Studio Alam Sleman untuk meningkatkan minat kunjung wisatawan:

1. Pengelola dapat memanfaatkan peluang ini dengan baik, seperti lebih membuat konten foto maupun video yang lebih menarik sehingga dapat diunggah di media sosial.
2. Pengelola harus mempertahankan media sosial *instagram*, karena *instagram* merupakan salah satu media yang paling digunakan oleh masyarakat, sedangkan untuk *youtube* lebih ditingkatkan lagi dengan

cara membuat berbagai konten video yang lebih menarik, dan untuk *website* lebih baik Gamplong Studio Alam Sleman membuat situs website resminya agar lebih mempermudah wisatawan untuk mencari berbagai informasi mengenai destinasi wisata Gamplong Studio Alam Sleman Yogyakarta.

3. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan judul media sosial, jenis media sosial yang diteliti berupa *instagram*, *youtube*, dan *website*. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat menggunakan jenis media sosial yang berbeda untuk mengukur dampak media sosial yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Arikunto, Suharsimi (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:

Rineka Cipta

Bekti, Humaira Bintu. (2015). *Mahir Membuat Website dengan Adobe Dreamweaver*

CS6, CSS, dan JQuery. Yogyakarta: Andi.

Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media

Komputindo Kompas Gramedia.

Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution : 26 kiat sukses pemasaran di*

media sosial. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.

Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*.

Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 13.Jilid*

1. Jakarta : Erlangga.

Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online. Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta : Kobis.

Hidayah, Nurdin (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta

Rahmadi Moch. Luthfi. (2013). *Tips Membuat Website tanpa Coding & Langsung Online*. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan 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 Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataaan*.

JURNAL/SKRIPSI

Aji, Cahyono. Andadari, R. Kities 2021. "Media sosial instagram dan website terhadap minat kunjung wisatawan." *Dalam jurnal penelitian dan pengembangan sains & humaniora, Vol. 5 nomor 1*

Aprilia, F. (2015). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Tempat Wisata "Jawa Timur Park 2" Kota Batu)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Apriyani, Pita Dewi. 2021. "Pengaruh karakteristik media sosial terhadap minat kunjung wisatawan di pasar semi kaki langit mangunan." *Skripsi*. Yogyakarta: STP AMPTA Yogyakarta.

Dewi, N. P. A. L. (2022). Pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung wisatawan ke daya tarik wisata sukawana sunrise: The effect of social media on the interest of tourists visiting the attraction of sunrise variety tourism. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis, 1(2)*, 276-285.

Girsang, Dameria. Sipayung, N. Lusnia. 2021. "Peran instagram terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata bukit simarjarujung kabupaten simalugung (pasca pandemic covid-19)." *Dalam jurnal darma agung, Vol. 29 nomor 3, desember 2021*.

Kurniasari, Hernita, dkk. (2019). "Pengaruh Bauran Pemasaran, Word of Mouth Destination Image dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung di Wisata Pantai Ria Kenjeran". *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Jurnal. Vol. 1, No. 3, Juli-September 2019, hal 1 – 16*. Surabaya: STIKOM.

Marutschka, Evelyn. 2020. "Pengaruh akun twitter @tripjeepmerapi terhadap minat berkunjung wisatawan ke lava tour merapi kabupaten sleman Yogyakarta." *Skripsi*. Yogyakarta: STP AMPTA Yogyakarta.

Mustika, Triana. 2021. "Pengaruh promosi media sosial instagram terhadap minat kunjung followers akun resmi museum senobudoyo ke museum senobudoyo Yogyakarta." *Skripsi*. Yogyakarta: STP AMPTA Yogyakarta.

Pandarangga, Yohana. 2020. "Hubungan media instagram dan travel agent terhadap minat kunjungan wisatawan di taman tebing breksi." *Skripsi*. Yogyakarta: STP AMPTA Yogyakarta.

Ramadhan, Abdurrahman Hikmah, 2015. "Pengaruh City Branding Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Kota Surabaya 2015)." Universitas Brawijaya Malang. Vol. 28 No. 1

Reza, M. Jamil. 2021. "Persepsi mahasiswa terhadap penggunaan media sosial youtube sebagai media *content video creative* (studi deskriptif pada mahasiswa unismuh Makassar)." *Skripsi*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

Rizky, M., & Soedarsono, D. K. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram@ explorebali Terhadap Keputusan Berkunjung Dari Wisatawan. *eProceedings of Management*, 8(2).

Solihat, A., Rahmayani, R., Syifa, M. N., Iskandar, I., & Handayani, R. D. (2019). Media Sosial Untuk Meningkatkan Minat Kunjung Museum Foto 3D Amazing Art World. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(1).

Suharso, P., & Setyowulandari, Y. (2014). Strategi Pemberian Reward untuk Meningkatkan Minat Kunjung Mahasiswa di Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang. *EduLib*, 4(2).

Yunita Rini Puspita Ningrum, "Toleransi Beragama dalam channel Youtube Gita Savitri devi (analisis wacana Teun. A Van Dijk)" (*Skripsi*—Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2018)

INTERNET

Ambar. 2017. "20 pengertian media sosial menurut para ahli."
<https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli>.
Diakses 14 Januari 2021.

Salma. 2021, "Defini operasional: pengertian, ciri-ciri, contoh dan cara menyusunnya."
<https://penerbitdeepublish.com/definisi-operasional/#:~:text=Definisi%20operasional%20adalah%20definisi%20yang%20memberikan%20pernyataan%20pada%20peneliti%20untuk,didefi>

nisikan%20sebagai%20berat%20suatu%20benda. Diakses 18 Januari 2021.

Nur Lella Junaedi. 2021. “Apa itu AIDA Marketing? Pahami selengkapnya disini.”

<https://www.ekrut.com/media/aida-adalah>. Diakses 08 Maret 2021.

Isna Rifka. 2021. “Sejarah, Evolusi dan Pengertian Medis Sosial”

<https://money.kompas.com/read/2021/12/18/075450026/sejarah-evolusi-dan-pengertian-media-sosial?page=all>. Diakses 13 Maret 2021.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
SURAT IZIN PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

Jl. Loka Adisucipto Km.6 (Tengah), Caturtunggal, Depok, Sleman Yogyakarta 55281
Telp./fax : (0271) 863116 - 482514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yehoo.co.id

Nomor: R20/Q.AMPTA/III/2022
Hal : Pergantar Penelitian

15 Maret 2022

Kepada
Pengelola Studio Alam Tamplong
Moyudan - Sleman

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa:

Nama	: Elsa Yunka Rehmawati
NIM	: 415100559
Pasal	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2021/2022
Alamat	: Jl. Bangle No 301 Depok Caturtunggal - Sleman
Number Telp	: 082233072569

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :

“ Peran Media Sosial Terhadap Minat Kunjng Wisatawan Di Studio Alam
Gamplang Yogyakarta ”

Demiikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

Drs. Piliatno, MM

Tembusan :
- File

LAMPIRAN 2

SURAT IZIN BALASAN PENELITIAN



YAYASAN GAMPLONG WANABUDAYA INDONESIA
GAMPLONG STUDIO ALAM SEMAN
Alamat: Gamplong 1, Sumbermahayu, Moyudan, Blora Di Yogyakarta 55503
Telephone + 62 878-2068-2000
Email: gamplongstudio@gmail.com, Instagram: @gamplongstudio

Yogyakarta, Rabu, 18 Mei 2022

Nomor : 003/SBIP/V/SIP/2022
Perihal : Surat Balasan Ijin Penelitian
Lampiran : 1

Kepada Yth,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA
Di Yogyakarta

Dengan hormat,

Meranggapi Surat dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta Nomor: E2C/Q/AMPTA/III/2022 tentang permohonan ijin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul : " PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT KUNJUNG WISATAWAN DI GAMPLONG STUDIO ALAM SEMAN ". Dengan ini disampaikan bahwa dapat menerima mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta:

Nama : Elia Yanika Rafmawati
NIM : 416100339
Prodi : Usaha Perjalanan Wisata (Diploma III)
Periode : 2021/2022

Untuk dapat melaksanakan penelitian di Gamplong Studio dengan ketentuan:

1. Menjaga nama baik Gamplong Studio Alam Seman
2. Memberikan kontribusi positif ke Gamplong Studio Alam Seman
3. Memberikan hasil penelitian ke Gamplong Studio Alam Seman
4. Memberikan copy-an skripsi sebagai arsip

Dengan surat balasan ini kami sampaikan, atas Perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Manajemen Gamplong Studio



LAMPIRAN 3
KUESIONER PENELITIAN

**PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT KUNJUNG WISATAWAN
DI STUDIO ALAM GAMPLONG YOGYAKARTA**

Responden Yth,

Saya Elsa Yunika Rahmawati mahasiswi STP AMPTA Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi dengan judul Peran Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Studio Alam Gamplong Yogyakarta. Saya mohon kesediaan dan partisipasi responden untuk mengisi kuisisioner ini dengan dengan baik dan apa adanya. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Elsa Yunika Rahmawati

418100559

Petunjuk Pengisian:

1. Berilah tanda (√) pada jawaban yang dipilih.
2. Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
3. Adapun alternative jawabannya adalah:
 - SS = Sangat Setuju
 - S = Setuju
 - TS = Tidak Setuju
 - STS = Sangat Tidak Setuju

Data Responden

1. Nama Email =
2. Nama Responden =
3. Usia =
4. Asal Kota =
5. Jenis Kelamin
() Laki-laki () Perempuan
6. Pengguna aktif media sosial Instagram
() Ya () Tidak
7. Frekwensi mengakses Instagram dalam sehari
() < 1 Jam () 1-2 Jam
() 2-3 Jam () > 3 Jam

8. Lama menggunakan Instagram

() < 1 Tahun () 1-2 Tahun

() 2-4 Tahun () > 4 Tahun

9. Pengguna aktif media sosial youtube

() Ya () Tidak

10. Frekwensi mengakses Youtube dalam sehari

() < 1 Jam () 1-2 Jam

() 2-3 Jam () > 3 Jam

11. Lama menggunakan Youtube

() < 1 Tahun () 1-2 Tahun

() 2-4 Tahun () > 4 Tahun

12. Pengguna aktif Website

() Ya () Tidak

13. Frekwensi mengakses Website dalam sehari

() < 1 Jam () 1-2 Jam

() 2-3 Jam () > 3 Jam

14. Lama menggunakan Website

() < 1 Tahun () 1-2 Tahun

() 2-4 Tahun () > 4 Tahun

KUESIONER MELALUI GOOGLE FORM

The image shows a Google Form titled "Media Sosial" with four questions. Each question is followed by a Likert scale from 1 to 4, with "sangat tidak setuju" on the left and "sangat setuju" on the right. The questions are:

- 1. Saya mengikuti akun Instagram Gempeng Jember.
- 2. Saya tidak memperhatikan video video musik terbaru di akun Instagram Gempeng Jember.
- 3. Saya selalu memberikan like dan komentar terhadap video musik terbaru Gempeng Jember.
- 4. Saya menonton video musik terbaru di akun Instagram Gempeng Jember dan mengaplikasikannya.

Each question has a corresponding Likert scale with radio buttons for each option (1, 2, 3, 4).

Sebelum melakukan analisis, tentukan dulu faktor-faktor yang akan dianalisis sebagai berikut.

1 2 3 4

Kategori: 1 2 3 4

Statistik: 1 2 3 4

3

1. Untuk mengklasifikasi data berdasarkan sampling double.

1

2

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

211

212

213

214

215

216

217

218

219

220

221

222

223

224

225

226

227

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242

243

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258

259

260

261

262

263

264

265

266

267

268

269

270

271

272

273

274

275

276

277

278

279

280

281

282

283

284

285

286

287

288

289

290

291

292

293

294

295

296

297

298

299

300

301

302

303

304

305

306

307

308

309

310

311

312

313

314

315

316

317

318

319

320

321

322

323

324

325

326

327

328

329

330

331

332

333

334

335

336

337

338

339

340

341

342

343

344

345

346

347

348

349

350

351

352

353

354

355

356

357

358

359

360

361

362

363

364

365

366

367

368

369

370

371

372

373

374

375

376

377

378

379

380

381

382

383

384

385

386

387

388

389

390

391

392

393

394

395

396

397

398

399

400

401

402

403

404

405

406

407

408

409

410

411

412

413

414

415

416

417

418

419

420

421

422

423

424

425

426

427

428

429

430

431

432

433

434

435

436

437

438

439

440

441

442

443

444

445

446

447

448

449

450

451

452

453

454

455

456

457

458

459

460

461

462

463

464

465

466

467

468

469

470

471

472

473

474

475

476

477

478

479

480

481

482

483

484

485

486

487

488

489

490

491

492

493

494

495

496

497

498

499

500

501

502

503

504

505

506

507

508

509

510

511

512

513

514

515

516

517

518

519

520

521

522

523

524

525

526

527

528

529

530

531

532

533

534

535

536

537

538

539

540

541

542

543

544

545

546

547

548

549

550

551

552

553

554

555

556

557

558

559

560

561

562

563

564

565

566

567

568

569

570

571

572

573

574

575

576

577

578

579

580

581

582

583

584

585

586

587

588

589

590

591

592

593

594

595

596

597

598

599

600

601

602

603

604

605

606

607

608

609

610

611

612

613

614

615

616

617

618

619

620

621

622

623

624

625

626

627

628

629

630

631

632

633

634

635

636

637

638

639

640

641

642

643

644

645

646

647

648

649

650

651

652

653

654

655

656

657

658

659

660

661

662

663

664

665

666

667

668

669

670

671

672

673

674

675

676

677

678

679

680

681

682

683

684

685

686

687

688

689

690

691

692

693

694

695

696

697

698

699

700

701

702

703

704

705

706

707

708

709

710

711

712

713

714

715

716

717

718

719

720

721

722

723

724

725

726

727

728

729

730

731

732

733

734

735

736

737

738

739

740

741

742

743

744

745

746

747

748

749

750

751

752

753

754

755

756

757

758

759

760

761

762

763

764

765

766

767

768

769

770

771

772

773

774

775

776

777

778

779

780

781

782

783

784

785

786

787

788

789

790

791

792

793

794

795

796

797

798

799

800

801

802

803

804

805

806

807

808

809

810

811

812

813

814

815

816

817

818

819

820

821

822

823

824

825

826

827

828

829

830

831

832

833

834

835

836

837

838

839

840

841

842

843

844

845

846

847

848

849

850

851

852

853

854

855

856

857

858

859

860

861

862

863

864

865

866

867

868

869

870

871

872

873

874

875

876

877

878

879

880

881

882

883

884

885

886

887

888

889

890

891

892

893

894

895

896

897

898

899

900

901

902

903

904

905

906

907

908

909

910

911

912

913

914

915

916

917

918

919

920

921

922

923

924

925

926

927

928

929

930

931

932

933

934

935

936

937

938

939

940

941

942

943

944

945

946

947

948

949

950

951

952

953

954

955

956

957

958

959

960

961

962

963

964

965

966

967

968

969

970

971

972

973

974

975

976

977

978

979

980

981

982

983

984

985

986

987

988

989

990

991

992

993

994

995

996

997

998

999

1000

Sebelum melakukan analisis, tentukan dulu faktor-faktor yang akan dianalisis sebagai berikut.

1 2 3 4

Kategori: 1 2 3 4

Statistik: 1 2 3 4

3

1. Untuk mengklasifikasi data berdasarkan sampling double.

1

2

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

211

212

213

214

215

216

217

218

219

220

221

222

223

224

225

226

227

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242

243

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258

259

260

261

262

263

264

265

266

267

268

269

270

271

272

273

274

275

276

277

278

279

280

281

282

283

284

285

286

287

288

289

290

291

292

293

294

295

296

297

298

299

300

301

302

303

304

305

306

307

308

309

310

311

312

313

314

315

316

317

318

319

320

321

322

323

324

325

326

327

328

329

330

331

332

333

334

335

336

337

338

339

340

341

342

343

344

345

346

347

348

349

350

351

352

353

354

355

356

357

358

359

360

3

Seberapa sering Anda melakukan aktivitas ini dalam seminggu?

1 2 3 4

Sangat jarang Sangat sering

Demografi:

Seberapa sering...

Minat Berkunjung

Demografi:

1 2 3 4

Sangat jarang Sangat sering

1 2 3 4

Sangat jarang Sangat sering

1 2 3 4

Sangat jarang Sangat sering

1 2 3 4

Sangat jarang Sangat sering

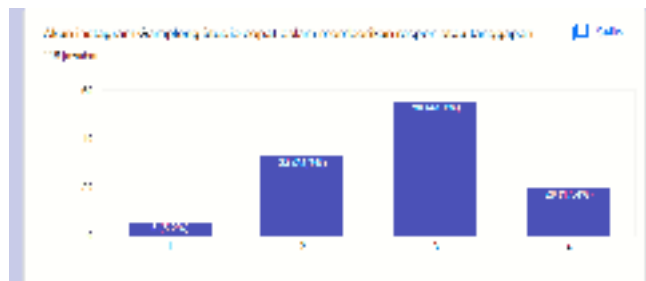
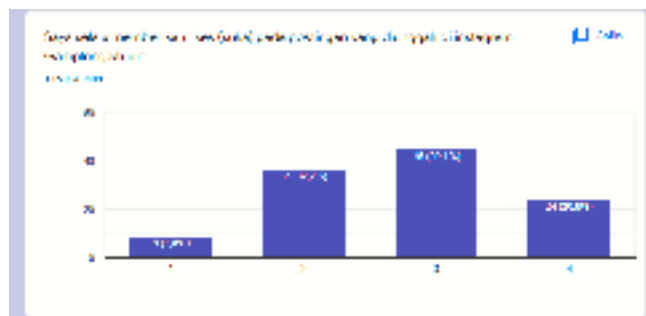
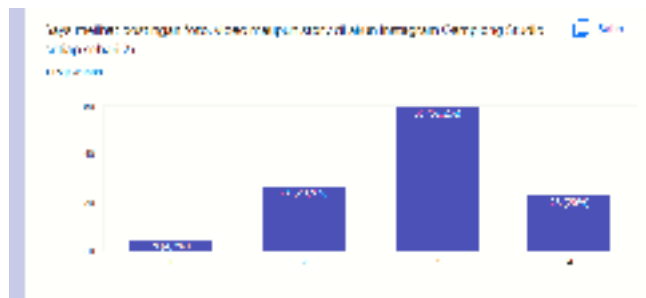
1 2 3 4

Sangat jarang Sangat sering

	<p>2. Jika diberikan $\mu = 10$ dan $\sigma = 2$, tentukan peluang $10 < X < 12$ pada distribusi normal!</p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th></th></tr></thead><tbody><tr><td>Jawab: benar</td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td>Jawab: salah</td></tr></tbody></table>		1	2	3	4		Jawab: benar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jawab: salah	
	1	2	3	4										
Jawab: benar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jawab: salah									
	<p>3. Jika tinggi badan orang-orang dalam suatu kelas mengikuti distribusi normal dengan $\mu = 160$ dan $\sigma = 10$, tentukan peluang seorang siswa memiliki tinggi badan antara 150 dan 170 cm!</p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th></th></tr></thead><tbody><tr><td>Jawab: benar</td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td>Jawab: salah</td></tr></tbody></table>		1	2	3	4		Jawab: benar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jawab: salah	
	1	2	3	4										
Jawab: benar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jawab: salah									
	<p>4. Jika diberikan $\mu = 10$ dan $\sigma = 2$, tentukan peluang $10 < X < 12$ pada distribusi normal!</p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th></th></tr></thead><tbody><tr><td>Jawab: benar</td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td>Jawab: salah</td></tr></tbody></table>		1	2	3	4		Jawab: benar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jawab: salah	
	1	2	3	4										
Jawab: benar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jawab: salah									
	<p>5. Jika tinggi badan orang-orang dalam suatu kelas mengikuti distribusi normal dengan $\mu = 160$ dan $\sigma = 10$, tentukan peluang seorang siswa memiliki tinggi badan antara 150 dan 170 cm!</p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th></th></tr></thead><tbody><tr><td>Jawab: benar</td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td><input type="radio"/></td><td>Jawab: salah</td></tr></tbody></table>		1	2	3	4		Jawab: benar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jawab: salah	
	1	2	3	4										
Jawab: benar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Jawab: salah									

LAMPIRAN 4

HASIL PENELITIAN VARIABEL INSTAGRAM (X1) YOUTUBE (X2) WEBSITE (X3) DAN VARIABEL MINAT KUNJUNG WISATAWAN (Y)



Siswa sudah mendeskripsikan tentang Struktur dan Fungsi Jaringan dan Sistem Peredaran Darah

10/2024



Siswa sudah mendeskripsikan tentang Struktur dan Fungsi Jaringan dan Sistem Peredaran Darah

10/2024



Siswa sudah mendeskripsikan tentang Struktur dan Fungsi Jaringan dan Sistem Peredaran Darah

10/2024



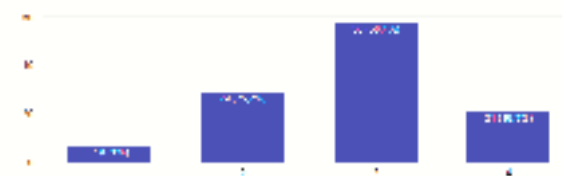
Siswa sudah mendeskripsikan tentang Struktur dan Fungsi Jaringan dan Sistem Peredaran Darah

10/2024



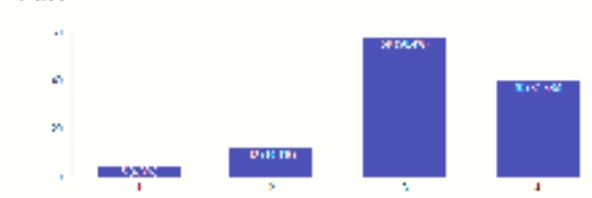
Siswa sudah mendeskripsikan tentang Struktur dan Fungsi Jaringan dan Sistem Peredaran Darah

10/2024



Weeks

Suppliers' market orientation and their e-business adoption



Suppliers' e-business adoption with internal supply chain integration results

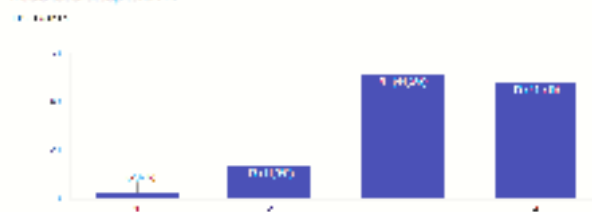


Suppliers' e-business adoption with internal supply chain integration



Market Strategy

Suppliers' e-business adoption with internal supply chain integration and their e-business adoption with their customers



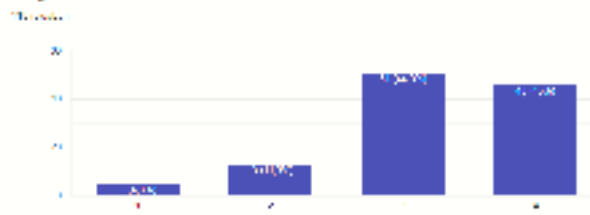
Suppliers' e-business adoption with internal supply chain integration and their e-business adoption with their customers



Percentage of respondents that would like to see the following services being offered more often



Percentage of respondents that would like to see the following services being offered more often



LAMPIRAN 5
HASIL OLAH DATA SPSS
Uji validitas X1 Instagram

Correlations							
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	totalx1
x1.1	Pearson Correlation	1	.499**	.171	.284	.323	.704**
	Sig. (2-tailed)		.005	.368	.128	.081	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1.2	Pearson Correlation	.499**	1	.259	.560**	-.024	.757**
	Sig. (2-tailed)	.005		.167	.001	.901	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1.3	Pearson Correlation	.171	.259	1	.180	.318	.528**
	Sig. (2-tailed)	.368	.167		.340	.086	.003
	N	30	30	30	30	30	30
x1.4	Pearson Correlation	.284	.560**	.180	1	.180	.725**
	Sig. (2-tailed)	.128	.001	.340		.341	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x1.5	Pearson Correlation	.323	-.024	.318	.180	1	.509**
	Sig. (2-tailed)	.081	.901	.086	.341		.004
	N	30	30	30	30	30	30
totalx1	Pearson Correlation	.704**	.757**	.528**	.725**	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.004	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Uji validitas X2 Youtube

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.620**	.373*	.087	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.042	.648	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.620**	1	.706**	.193	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.307	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.373*	.706**	1	.386*	.799**
	Sig. (2-tailed)	.042	.000		.035	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.087	.193	.386*	1	.517**
	Sig. (2-tailed)	.648	.307	.035		.003
	N	30	30	30	30	30
TOTALX2	Pearson Correlation	.774**	.849**	.799**	.517**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	
	N	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).

Y4	Pearson Correlation	.229	.373*	.455*	1	.503**	.249	.319	.193	.421*	.663**
	Sig. (2-tailed)	.224	.042	.011		.005	.185	.086	.308	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	-.063	.184	.380*	.503**	1	.342	.343	-.037	.000	.451*
	Sig. (2-tailed)	.741	.330	.038	.005		.064	.063	.847	1.000	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.081	.111	.383*	.249	.342	1	.461*	.308	.458*	.585**
	Sig. (2-tailed)	.670	.558	.037	.185	.064		.010	.098	.011	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.214	.230	.508**	.319	.343	.461*	1	.353	.425*	.648**
	Sig. (2-tailed)	.256	.222	.004	.086	.063	.010		.056	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.463**	.472**	.412*	.193	-.037	.308	.353	1	.386*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.010	.008	.024	.308	.847	.098	.056		.035	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.421*	.279	.467**	.421*	.000	.458*	.425*	.386*	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.020	.136	.009	.020	1.000	.011	.019	.035		.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	.616**	.691**	.807**	.663**	.451*	.585**	.648**	.618**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.012	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	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).											

Uji reliabilitas x1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.658	5

Uji reliabilitas x2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.699	4

Uji reliabilitas x3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	3

Uji reliabilitas y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.814	9

LAMPIRAN 6

UJI ASUMSI KLASIK, ANALISIS REGRESI BERGANDA DAN UJI HIPOTESIS

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74305719
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.051
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.101 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.512	2.600		9.426	.000		
	Instagram	.377	.149	.285	2.535	.013	.718	1.394
	Youtube	.222	.163	.152	1.362	.176	.723	1.384
	Website	-.137	.215	-.065	-.635	.527	.850	1.177
a. Dependent Variable: Minat Kunjung								

3. Uji Auto Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.364 ^a	.132	.105	2.786	1.833
a. Predictors: (Constant), Website, Youtube, Instagram					
b. Dependent Variable: Minat Kunjung					

4. Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.512	2.600		9.426	.000
	Instagram	.377	.149	.285	2.535	.013
	Youtube	.222	.163	.152	1.362	.176
	Website	-.137	.215	-.065	-.635	.527

a. Dependent Variable: Minat Kunjung

5. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113.648	3	37.883	4.882	.003 ^b
	Residual	744.912	96	7.759		
	Total	858.560	99			

a. Dependent Variable: Minat Kunjung

b. Predictors: (Constant), Website , Youtube, Instagram

6. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.512	2.600		9.426	.000
	Instagram	.377	.149	.285	2.535	.013
	Youtube	.222	.163	.152	1.362	.176
	Website	-.137	.215	-.065	-.635	.527

a. Dependent Variable: Minat Kunjung

7. Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.508	2.423

a. Predictors: (Constant), Website , Youtube, Instagram

LAMPIRAN 7

FOTO-FOTO

