

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan uji t Hipotesis (H_a) diterima yang berbunyi benar bahwa Instagram merupakan media sosial yang memiliki pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan di Kebun Binatan Gembiraloka Yogyakarta. Dengan hasil nilai t_{hitung} sebesar 7,680. Konten Instagram yang paling banyak diminati oleh wisatawan adalah konten video atau *reels*. Hal ini dilihat dari tanda *likes* atau tanda suka yang ada pada berbagai konten video lebih banyak dari *likes* yang ada pada konten foto.
2. Berdasarkan nilai R^2 menunjukkan besarnya nilai korelasi/hubungan yaitu 0,613. Dari output tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,376 yang artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel y sebesar 37% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan peneliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Dalam penelitian ini terbukti bahwa pengguna aktif media sosial Instagram dapat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan, dari hasil tersebut maka terdapat beberapa saran yang dapat digunakan pengelola Kebun Binatang Gembiraloka Yogyakarta untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan:

1. Pengelola dapat memanfaatkan peluang ini dengan baik, seperti lebih sering membuat konten foto maupun video yang lebih menarik sehingga dapat diunggah di Instagram.
2. Pengelola harus mempertahankan media sosial Instagram, karena Instagram merupakan salah satu media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Pengelola juga harus lebih sering melakukan *live streaming* atau siaran langsung melalui Instagram, agar wisatawan yang belum ada waktu berkunjung bisa teredukasi melalui *live streaming* atau siaran langsung dari akun Instagram Kebun Binatang Gembiraloka itu sendiri.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan judul media sosial, jenis media sosial yang diteliti berupa Instagram. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat menggunakan jenis media sosial yang berbeda untuk mengukur dampak media sosial yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aritkunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta : Media Kita.
- Ferdinand, Agusty. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25*.
Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heidrick dan Struggles. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2012). *Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 13.Jilid II*Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13.Jilid I* Jakarta : Erlangga.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rangkuti, Freddy. (2002). *Measuring Costumer Satisfaction*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- 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.

JURNAL/SKRIPSI

- Aprilia, Fitri, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati. (2015). Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat Berkunjung serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 24 (Juli) No. 1.
- Asdi. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Alam Malino di Kabupaten Gowa, *Jurnal Ilmiah Pena* 1.
- Ayu, Putri Eryta. (2013). Aplikasi *Instagram* sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop. Surabaya : UPN Veteran Jawa Timur.
- Miftah, El Fikri., Pane, Nurmasari Dewi, Siregar, Nurafrina, (2019). Memasarkan Objek pariwisata Kota Medan Melalui Media Sosial Untuk Menaikan Minat Kunjungan Dan Menghapus Paradigma Negatif.
- Mahfodhotin, Siti., Nurfarida, Iva Nurdiana., Hidayat, Candra Wahyu 2021. Analisis Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Objek Wisata Kampong Heritage Kajoetangan Malang.
- Peraturan Menteri Kehutanan Nomor : P 53/Menhut-II/2006 tentang Lembaga Konservasi.
- Ramadhan, Abdurrahman Hikmah, Suharyono Kumadji, Srikandi. (2015) Pengaruh *City Branding* Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*Vol. 28 No. 1 November 2015.
- Rizky, Muhammad, Soedarsono, Dewei K. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram @explorebali* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan.
- Shofian, Fitrohmana. (2019). Efektivitas Metode *Attention, Interest, Desire, Action* (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. *Djarum (Djarum Super)*.
- S. J, Lou, L. Y. Hsieh, (2013). *Reconstructing Revisit Intention Scale In Tourism*. *Journal of Applied Sciences*.
- Susanto, Budi., Astutik, Puji 2020. Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Obyek Wisata Edukasi Manyung.
- Suharso, P., & Setyowulandari, Y. (2014). Strategi Pemberian Reward untuk Meningkatkan Minat Kunjung Mahasiswa di Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang. *EduLib*, 4(2).

Utari, Monica. (2017). Pengaruh Media Sosial *Instagram* @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Para *Followers*: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol. No. 2. Pekanbaru : Universitas Riau.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
SURAT IJIN 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 : 742/Q.AMPTA/IX/2022
Hal : Pengantar Penelitian

16 September 2022

Kepada Yth.
Pimpinan Gembira Loka Zoo
Jl. Kebun Raya No.2 Rejowinangun
Yogyakarta

Dengan Hormat,

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

Nama	: Vincensius Kayenta Darmawan
NIM	: 417100513
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2022/2023
Alamat	: Jl. Pala Barat 3 Blok M No.21 Tegal
Nomor Telp	: 081901261028

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

“ Pengaruh Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Wisata Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta ”

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,


Drs. Prihatno, MM

Tembusan :
- File

LMAPIRAN 2
SURAT BALASAN PENELITIAN



SURAT KETERANGAN

Nomor : 402 – 2211 – 206

Yang bertanda tangan di bawah ini atas nama Departemen Konservasi Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta menerangkan :

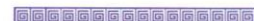
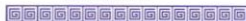
Nama : Vincensius Kayenta Darmawan
Nomor Induk Mahasiswa : 417100513
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Perguruan Tinggi : STP AMPTA Yogyakarta

Bahwa mahasiswa tersebut di atas telah melaksanakan penelitian di Kebun Raya dan Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta, dengan judul “Pengaruh Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Wisata Kebun Binatang Gembira Loka Yogyakarta” pada 3- 9 Oktober 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 07 November 2022

Josephine Vanda Tirtayani, M.A.
Manajer Konservasi



LAMPIRAN 3
KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WISATAWAN DI WISATA KEBUN BINATANG GEMBIRALOKA
YOGYAKARTA

Kepada responden terhormat,

Dengan ini ,saya Vincensius Kayenta Darmawan (417100513) mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata AMPTA Yogyakarta, memohon kesediaan saudara/I untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “ **Pengaruh Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Wisata Kebun Binatang Gembiraloka Yogyakarta**”.

Atas perhatian dan kesediaan Saudara/I dalam berpartisipasi mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Vincensius Kayenta Darmawan

Lembar Kuesioner Penelitian

A. Identitas Responden

Petunjuk umum pengisian Kuesioner

Berilah tanda (√) pada kotak di bawah ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/Saudari.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :
 - 17-25 tahun
 - 26-35 tahun
 - 36-45 tahun
 - 46-55 tahun
4. Pendidikan :
 - SD
 - SMP
 - SMA
 - DIPLOMA
 - S1
 - S2
5. Status :
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Pekerja

- Ibu Rumah Tangga

6. Pernah berkunjung sebanyak :

- 1 kali
- 2 kali
- 3 kali
- Lebih dari 3 kali

B. Kuesioner

Berilah tanda (√) pada kotak di bawah ini sesuai dengan pendapat yang anda anggap sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Kriteria jawaban sebagai berikut.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

KUESIONER

Variabel X (*Instagram*)

1. Saya melihat postingan foto, video maupun story di akun Instagram kebun binatang gembira loka.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Saya selalu memberikan likes pada postingan yang diunggah di Instagram kebun binatang gembira loka.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Akun instgaram kebun binatang gembira loka cepat dalma memberikan respon atau tanggapan.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

4. Saya memberikan komentar di akun Instagram kebun binatang gembira loka setiap unggahan kontennya.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

5. Saya mudah mencari informasi tentang kebun binatang gembira loka melalui akun instagramnya.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Variabel Y (Minat Kunjungan Wisatawan)

1. Saya melihat postingan atau konten foto maupun video di Instagram kebun binatang gembira loka 2x dalam sehari.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

2. Saya tertarik untuk berkunjung ke kebun binatang gembira loka setelah melihat postingan di Instagram

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

3. Saya memiliki minat untuk berkunjung ke kebun bintang binatang gembira loka setelah melihat postingan di Instagram.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

4. Saya melakukan kunjungan ke destinasi ke kebun binatang gembira loka setelah melihat postingan di Instagram.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

5. Saya berkunjung ke kebun binatang gembira loka karena harga tiket yang di tawarkan cukup terjangkau.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

6. Saya ingin berkunjung ke kebun binatang gembira loka karena pelayanan dan fasilitas yang sangat baik.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

7. Saya ingin berkunjung karena kebun binatang gembira loka merupakan destinasi wisata yang unik dan menarik.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

8. Saya ingin mengunjungi destinasi kebun binatang gembira loka karena mengetahui informasi dari Instagram.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

9. Saya ingin mengunjungi kebun binatang gembira loka karena pengaruh atau saran orang lain.

- Sangat Setuju
- Setuju
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

LAMPIRAN 4

T TABEL

Distribusi Nilai t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623

LAMPIRAN 5
HASIL JAWABAN RESPONDEN

NO	X						Y										
1	3	3	3	4	4	17	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
2	3	3	3	4	3	16	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	34
3	4	4	4	3	4	19	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	34
4	3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	3	3	4	4	2	28	
5	3	4	3	4	3	17	3	3	2	2	2	3	3	3	3	24	
6	3	2	4	2	3	14	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28	
7	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	3	3	3	2	4	26	
8	4	4	3	3	3	17	3	3	4	3	3	3	4	4	4	31	
9	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	
10	4	2	2	3	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
11	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	
12	3	3	4	4	3	17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	
13	4	3	2	1	4	14	3	4	3	3	3	3	4	4	2	29	
14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	
16	4	2	2	1	4	13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	
17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
18	4	2	3	2	4	15	3	4	3	4	2	3	3	4	2	28	
19	3	2	3	2	2	12	3	4	4	4	3	3	4	4	3	32	
20	3	3	3	3	4	16	3	3	4	4	3	3	3	4	3	30	
21	3	3	3	2	4	15	2	4	4	4	4	3	3	3	3	30	
22	3	3	3	2	4	15	3	4	3	4	4	4	4	3	2	31	
23	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	3	4	4	4	4	33	
24	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	
25	3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	4	3	4	3	4	32	
26	3	4	4	3	4	18	3	4	3	3	4	4	4	4	3	32	
27	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	4	3	3	4	4	33	
28	4	3	2	3	3	15	3	4	3	3	3	2	2	2	4	26	
29	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
30	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	
31	3	3	3	1	3	13	2	2	2	2	4	4	4	3	3	26	
32	3	3	4	2	3	15	3	3	3	3	3	3	4	3	2	27	
33	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	3	3	3	2	3	29	
34	4	3	3	4	2	16	4	3	3	4	4	3	4	3	4	32	
35	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	2	2	3	2	1	22	
36	3	4	4	4	4	19	3	3	3	2	2	1	3	1	1	19	
37	4	3	2	3	2	14	3	3	2	3	3	3	3	3	2	25	
38	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28	
39	4	3	2	1	3	13	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32	
40	4	3	4	4	3	18	3	4	2	3	4	3	3	3	3	28	
41	3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26	
42	2	4	3	2	3	14	3	3	3	2	4	3	3	3	3	27	
43	4	3	3	3	3	16	3	3	2	2	3	3	3	3	3	25	

44	4	3	4	2	3	16	3	3	4	3	4	4	3	4	4	32
45	4	2	3	3	2	14	4	2	3	1	3	3	3	3	3	25
46	4	3	2	3	1	13	4	3	3	2	3	3	3	3	4	28
47	4	3	4	2	4	17	4	3	4	3	4	3	4	3	3	31
48	3	3	3	1	3	13	2	4	3	3	4	4	4	4	3	31
49	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
50	4	3	3	2	4	16	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
51	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
52	2	3	3	2	3	13	3	2	2	3	2	3	2	2	2	21
53	4	3	3	3	4	17	4	3	3	3	3	3	4	4	4	31
54	3	3	3	2	4	15	2	3	4	3	3	4	3	3	3	28
55	4	4	3	3	4	18	3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
56	2	2	1	1	3	9	1	2	2	2	3	3	2	2	2	19
57	3	2	2	3	2	12	2	2	2	3	2	3	2	2	2	20
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	3	3	3	2	4	15	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
60	4	2	3	1	3	13	2	4	3	3	4	3	2	3	4	28
61	3	3	3	2	3	14	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
62	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
63	2	3	4	3	2	14	3	3	2	4	3	3	2	3	3	26
64	4	3	4	3	3	17	2	3	3	3	3	4	4	4	4	30
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
66	4	3	3	2	3	15	3	3	3	4	3	3	2	4	4	29
67	3	4	3	3	4	17	4	3	4	3	4	3	3	3	3	30
68	3	2	3	2	3	13	3	3	3	2	4	3	3	2	2	25
69	3	2	3	1	3	12	2	4	4	4	2	3	3	3	3	28
70	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
71	4	3	2	1	3	13	2	1	1	1	3	3	4	1	4	20
72	3	1	3	2	3	12	2	2	2	4	3	3	4	4	4	28
73	3	2	2	2	4	13	2	4	4	3	3	4	4	4	4	32
74	2	2	2	2	2	10	3	4	4	3	2	4	3	3	2	28
75	2	2	3	2	3	12	2	4	3	2	3	2	3	3	2	24
76	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
77	2	1	3	3	4	13	2	3	3	3	3	3	4	3	2	26
78	3	3	4	2	3	15	2	3	4	3	3	4	3	4	2	28
79	3	3	3	1	3	13	2	4	3	4	3	3	3	3	3	28
80	3	1	3	1	2	10	1	3	4	3	4	4	4	4	3	30
81	4	3	4	2	4	17	2	4	4	3	2	4	4	4	4	31
82	4	3	3	1	4	15	1	4	4	4	3	4	4	4	3	31
83	3	3	3	2	4	15	2	3	3	3	3	3	3	3	2	25
84	2	2	3	2	3	12	2	3	3	2	3	3	2	3	3	24
85	3	2	3	2	3	13	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
86	3	3	3	3	3	15	2	2	3	2	2	3	4	3	2	23
87	2	2	2	3	4	13	2	3	3	3	3	3	3	2	2	24
88	3	3	4	3	4	17	2	3	3	4	4	3	4	3	4	30
89	4	4	3	3	4	18	4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
90	4	2	3	1	4	14	3	4	4	1	1	4	4	4	4	29
91	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
92	3	4	3	3	3	16	3	3	3	1	3	3	2	2	3	23

LAMPIRAN 6
UJI VALIDITAS X

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.162	-.027	-.075	.434*	.363*
	Sig. (2-tailed)		.392	.889	.695	.016	.049
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.162	1	.424*	.542**	.175	.774**
	Sig. (2-tailed)	.392		.020	.002	.354	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	-.027	.424*	1	.502**	.162	.704**
	Sig. (2-tailed)	.889	.020		.005	.391	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	-.075	.542**	.502**	1	.000	.742**
	Sig. (2-tailed)	.695	.002	.005		1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.434*	.175	.162	.000	1	.474**
	Sig. (2-tailed)	.016	.354	.391	1.000		.008
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALX1	Pearson Correlation	.363*	.774**	.704**	.742**	.474**	1
	Sig. (2-tailed)	.049	.000	.000	.000	.008	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

LAMPIRAN 7
UJI VALIDITAS Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.092	.288	.376*	.239	.610**	.468**	.341	.503**	.630**
	Sig. (2-tailed)		.629	.123	.040	.204	.000	.009	.065	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.092	1	.381*	.383*	.419*	.210	.172	.116	.033	.428*
	Sig. (2-tailed)	.629		.038	.037	.021	.266	.362	.543	.863	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.288	.381*	1	.720**	.657**	.435*	.480**	.565**	.457*	.818**
	Sig. (2-tailed)	.123	.038		.000	.000	.016	.007	.001	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.376*	.383*	.720**	1	.545**	.600**	.396*	.512**	.269	.773**
	Sig. (2-tailed)	.040	.037	.000		.002	.000	.030	.004	.150	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.239	.419*	.657**	.545**	1	.621**	.506**	.229	.447*	.763**
	Sig. (2-tailed)	.204	.021	.000	.002		.000	.004	.223	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.610**	.210	.435*	.600**	.621**	1	.774**	.544**	.326	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.266	.016	.000	.000		.000	.002	.079	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.468**	.172	.480**	.396*	.506**	.774**	1	.659**	.151	.738**
	Sig. (2-tailed)	.009	.362	.007	.030	.004	.000		.000	.427	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.341	.116	.565**	.512**	.229	.544**	.659**	1	.015	.640**
	Sig. (2-tailed)	.065	.543	.001	.004	.223	.002	.000		.936	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.503**	.033	.457*	.269	.447*	.326	.151	.015	1	.551**
	Sig. (2-tailed)	.005	.863	.011	.150	.013	.079	.427	.936		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	.630**	.428*	.818**	.773**	.763**	.823**	.738**	.640**	.551**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

LAMPIRAN 8

UJI REABILITAS X dan Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.611	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	9

LAMPIRAN 9
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.56738279
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.073
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

LAMPIRAN 10
UJI LINIERITAS

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
MINAT KUNJUNG * INSTAGRAM	Between	(Combined)	886.679	10	88.668	6.974	.000
	Groups	Linearity	758.294	1	758.294	59.644	.000
		Deviation from Linearity	128.384	9	14.265	1.122	.356
	Within Groups		1131.511	89	12.714		
Total		2018.190	99				

LAMPIRAN 11
UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.860	2.144		5.999	.000
INSTAGRAM	1.049	.137	.613	7.680	.000

a. Dependent Variable: MINAT KUNJUNG

LAMPIRAN 12

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.860	2.144		5.999	.000
INSTAGRAM	1.049	.137	.613	7.680	.000

a. Dependent Variable: MINAT KUNJUNG

LAMPIRAN 13

UJI R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	.376	.369	3.586

a. Predictors: (Constant), INSTAGRAM