

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DENGAN MEDIA SOSIAL  
*INSTAGRAM* DAN CITRA HOTEL TERHADAP MINAT KUNJUNGAN  
TAMU DI HOTEL SAHID YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**SUCI RAHAYU**

**NO.MHS : 314100743**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2018**

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DENGAN MEDIA SOSIAL  
*INSTAGRAM* DAN CITRA HOTEL TERHADAP MINAT KUNJUNGAN  
TAMU DI HOTEL SAHID YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata D IV**

**Disusun Oleh :**

**SUCI RAHAYU**

**NO.MHS : 314100743**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2018**

**PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DENGAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DAN CITRA HOTEL TERHADAP MINAT KUNJUNGAN  
TAMU DI HOTEL SAHID YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh :**

**SUCI RAHAYU**

**NO.MHS : 314100743**

**Telah Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Ali Hasan, SE, MM  
NIDN : 00071060001**

**IPutu Hardani Hesti Duari ,S.St.,M.Mpar  
NIDN : 0506108201**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan**

**Hermawan Prasetyanto,S.Sos, M.M  
NIDN : 0516057102**

**BERITA ACARA UJIAN**

**PENGARUH PROMOSI ONLINE DENGAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DAN CITRA HOTEL  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN TAMU  
DI HOTEL SAHID YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**SUCI RAHAYU**

**NIM: 314100743**

**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji**

**Dan Dinyatakan Lulus**

**Pada Tanggal : .....**

**TIM PENGUJI**

**Penguji : Mona Erytree Nur Islami, SIP,MA : .....**

**Pembimbing I : Ali Hasan, SE, MM : .....**

**Pembimbing II : IPutu Hardani Hesti Duari ,S.St.,M.Mpar : .....**

**Mengetahui,**

**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA**

**Drs. Prihatno, M.M**

**NIDN : 0526125901**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suci Rahayu  
NIM : 314100743  
Program Studi : D IV Pengelolaan Perhotelan  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI *ONLINE* DENGAN MEDIA  
SOSIAL *INSTAGRAM* DAN CITRA HOTEL  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN TAMU  
DI HOTEL SAHID YOGYAKARTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disertakan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 18 January 2019

Penulis,

SUCI RAHAYU

## HALAMAN MOTTO

“better fought and lost than to never have fought at all .”

(Arthur Hugh Clough)

“Apabila anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri.”

(Benyamin Franklin)

“Bagian terbaik dari hidup seseorang adalah perbuatan-perbuatan baiknya dan kasihnya yang tidak diketahui orang lain.”

“”

(William Wordsworth)

“Lakukanlah apa yang kamu bisa, selebihnya biar Allah yang mengatur”

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Sebuah Perjalanan yang diiringi dengan usaha, semangat yang tak kenal lelah, dan juga doa. Sehingga pada akhirnya sebuah perjuangan saya telah sampai pada batas persinggahan sementara. Maka sebuah karya yang saya hasilkan ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yang Maha Esa, Atas segala kelancaran dan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Budiman dan Ibu Sri Sulasmi terimakasih atas doa yang tidak pernah putus untuk saya dan selalu memberikan kekuatan selama proses skripsi ini berlangsung. Terimakasih sudah menjadi orang tua yang hebat untuk saya selama ini.
3. Kakak saya Indah Wijaya Kusuma, Ratna Juwita, dan Adik saya Emilia Firnanda. Terimakasih telah memberi semangat setiap harinya.
4. Teman baik saya Dwi Aryani, Rizka Devi Rahmadanis, Priskila, Michael Wijaya, dan masih banyak lagi. Terimakasih untuk bantuannya dan semangatnya.
5. Teman Seperjuangan Jurusan Pengelolaan Perhotelan 2014.
6. Almamaterku, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi *Online* Dengan Media Sosial *Instagram* Dan Citra Hotel Terhadap Minat Kunjungan Tamu Di Hotel Sahid Yogyakarta”. Diharapkan penulisan skripsi ini dapat memberikan kontribusi baik bagi dunia pendidikan khususnya bidang Perhotelan dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada Program Studi Diploma 4 (empat) Pengelolaan Perhotelan pada Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Ucapan terimakasih yang tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Ali Hasan, SE, MM yang luar biasa sabar telah menjadi dosen pembimbing I, terimakasih sudah membimbing serta mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. IPutu Hardani Hesti Duari ,S.St.,M.Mpar yang luar biasa sabar telah menjadi dosen pembimbing II, terimakasih sudah membimbing serta mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Mona Erytrea Nur Islami, SIP,MA selaku dosen penguji utama yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat untuk menyempurnakan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Prihatno, MM. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam melakukan penelitian.

5. Pihak Hotel Sahid yang sudah memberikan ijin penelitian pada skripsi saya ini. Terimakasih banyak atas bantuan serta kesediaannya.
6. Seluruh informan, baik dari Hotel Sahid dan juga tamu terimakasih telah bersedia meluangkan waktu untuk keperluan wawancara dan juga pengisian kuesioner.

Meskipun penulisan ini telah melewati beberapa tahap untuk mendapatkan nilai maksimal, dengan keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki penulis dalam penyusunan laporan skripsi ini, kritik dan saran untuk perbaikan sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi khalayak untuk pengembangan pendidikan pada akademik dan industri pariwisata.

Yogyakarta, 18 January 2019

Penulis,

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I            PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A.   Latar Belakang Masalah.....	1
B.   Rumusan Masalah .....	6
C.   Batasan Masalah .....	6
D.   Tujuan Penelitian .....	6
E.   Manfaat Penelitian .....	7

<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
	A. Landasan Teori .....	9
	1. Hotel.....	9
	2. Promosi Online .....	10
	3. Citra Hotel.....	17
	4. Minat Kunjungan Tamu .....	24
	B. Peneliti Terdahulu .....	27
	C. Kerangka Pemikiran .....	29
	D. Hipotesis .....	31
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
	A. Jenis Penelitian.....	33
	B. Waktu Penelitian .....	33
	C. Populasi dan Sampel .....	33
	D. Variabel Penelitian .....	34
	E. Metode Pengumpulan Data .....	35
	F. Uji Kelayakan Instrumen.....	38
	G. Teknik Analisis Data.....	40
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
	A. Deskripsi Objek Penelitian.....	45
	B. Uji Kelayakan Instrumen .....	46
	C. Analisis Deskriptif.....	49
	D. Uji Asumsi Klasik .....	54

	E. Pengujian Hipotesis.....	57
	F. Pembahasan.....	61
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
	A. Kesimpulan.....	63
	B. Saran.....	64

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	50
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.6 Distribusi Promosi Online Responden.....	51
Tabel 4.7 Distribusi Citra Hotel Responden .....	52
Tabel 4.8 Distribusi Minat Kunjungan Responden.....	52
Tabel 4.9 Uji Deskriptif .....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas .....	57
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	57

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Lembar Bimbingan

Lampiran 5 Data Penelitian

Lampiran 6 Dokumentasi Gambar Penelitian

## ABSTRAK

Dalam Skripsi ini penulis mengambil penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi *Online* dengan media sosial *instagram* dan Citra Hotel Terhadap Minat Kunjungan Tamu di Hotel Sahid Yogyakarta”. Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui 1) pengaruh promosi *online* dengan media sosial *instagram* terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta, 2) Untuk mengetahui pengaruh citra hotel terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta, 3) Untuk mengetahui pengaruh promosi *online* dengan media sosial *instagram* dan citra hotel terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah sample 96 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner. Variabel bebas (X) yang diteliti yaitu promosi *online* dengan media sosial *instagram* (X1), citra hotel (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah minat kunjungan tamu.

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variable-variabel tersebut dengan keputusan pembelian digunakan teknik regresi berganda. Dengan uji t yang diuji secara sendiri-sendiri dapat diketahui terdapat pengaruh positif antara promosi *online* dengan media sosial *instagram* terhadap minat kunjungan tamu didapatkan nilai t hitung sebesar 5,022 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan dengan  $t_{hitung} (5,022) > t_{tabel} (0,677)$ , 2) terdapat pengaruh positif antara citra hotel terhadap minat kunjungan tamu didapatkan nilai t hitung sebesar 3,512 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  dengan  $t_{hitung} (3,512) > t_{tabel} (0,677)$ . Sedangkan Berdasarkan Uji F, diperoleh nilai F-hitung sebesar 23,949 dengan probabilitas (p) = 0,000. Berdasarkan ketentuan uji F dimana nilai probabilitas (p)  $\leq 0,05$  dapat disimpulkan bahwa promosi *online* dengan media sosial *instagram* (X1), citra hotel (X2) secara simultan berpengaruh terhadap minat kunjungan tamu. Sedangkan dari Uji koefisien detreminasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,326, ini berarti sebesar 32,6% variabel independen mampu mengukur dan menjelaskan variabel dependen. Variabel promosi *online* dengan media sosial *instagram* (X1) dan citra hotel (X2) mampu menjelaskan variabel dependen yakni minat kunjungan tamu sebesar 32,6%, sedangkan sisanya sebesar 67,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, produk, promosi dan lain-lain.

Kata Kunci : promosi *online* dengan media sosial *instagram*, citra hotel (puncak pikiran), minat kunjungan tamu.

## ABSTRACT

In this thesis the author takes a research entitled "The Influence of Online Promotion with social media instagram and Image of Hotel Against Interest in Visiting Guests at Sahid Hotel Yogyakarta". The purpose of this study is to find out 1) the effect of online promotion with Instagram social media on the interest of guest visits at Sahid Hotel Yogyakarta, 2) To determine the effect of hotel image on interest in visiting guests at Sahid Hotel Yogyakarta, 3) To find out the effect of online promotion with social media Instagram hotel image and interest in visiting guests at Sahid Hotel Yogyakarta

The type of research used is quantitative with a total sample of 96 people. The data collection technique used is through a questionnaire. The independent variable (X) studied is online promotion with social media instagram (X1), hotel image (X2), while the dependent variable is interest in guest visits

To find out whether there are influences of these variables with purchasing decisions, multiple regression techniques are used. With the t-test tested individually, it can be seen that there is a positive influence between online promotion and Instagram social media on the interest of guest visits. ), 2) there is a positive influence between the image of the hotel and the interest of guest visits obtained by the value of t count of 3.512 with a significant level of  $0.001 < 0.05$  with thitung  $(3.512) > t$  table  $(0.677)$ . Whereas Based on the F Test, obtained the F-count value of 23.949 with a probability  $(p) = 0,000$ . Based on the provisions of the F test where the probability value  $(p) \leq 0.05$  can be concluded that online promotion with social media instagram (X1), hotel image (X2) simultaneously influences the interest of guest visits. While the detremination coefficient test shows the value of R Square of 0.326, this means that for 32.6% the independent variable is able to measure and explain the dependent variable. Online promotion variables with social media instagram (X1) and hotel image (X2) are able to explain the dependent variable of guest visit interest by 32.6%, while the remaining 67.4% is explained by other variables not examined in this study such as

Keywords: online promotion with social media instagram, hotel image (top of mind), interest in guest visits

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **A. Latar Belakang**

Yogyakarta merupakan suatu kota destinasi wisata dan pendidikan. Yogyakarta yang terkenal dengan kerajinan batik yang memiliki corak batik yang sangat khas dan variatif serta memiliki wisata alam dan pantainya yang begitu indah dan masih terkesan alami. Adapun tempat tujuan wisata di kota ini ialah seperti Obyek Kebun Buah Mangunan, puncak becici, kaki langit, hutan pinus, Goa Jomblang, Pantai Indrayanti, dan lain sebagainya, yang memiliki panorama alami dan sejuk menjadi salah satu ciri khas obyek wisata ini sendiri. Perpaduan potensi alam, pantai, pegunungan dan hutan wisata serta kondisi masyarakat yang masih pedesaan menjadi faktor yang menarik untuk dinikmati.

Yogyakarta yang memiliki keanekaragaman objek wisata harus dapat didukung dengan infrastruktur penunjang di Yogyakarta juga sangat diperlukan untuk menunjang wisatawan misalnya tempat penginapan-penginapan baik villa, cottage maupun hotel. Penyedia jasa penginapan dalam menawarkan atau mempromosi dapat menggunakan pemasaran/promosi berbasis *online*.

Semakin maraknya penggunaan teknologi untuk kegiatan perdagangan dan promosi sangat berkembang dengan cukup pesat. Pertambahan penduduk yang semakin bertambah dan mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan harus mampu dapat menyediakan

layanan jasa dan barang dengan instan sesuai dengan permintaan konsumen. Salah satu bentuk perkembangan teknologi di bidang perdagangan dan kegiatan promosi yaitu munculnya transaksi yang menggunakan media internet untuk menghubungkan antara produsen dan konsumen. Transaksi penggunaan teknologi internet merupakan kebutuhan bagi banyak orang karena dengan internet kita bisa mengakses dan menemukan segala informasi di seluruh dunia dengan cepat dan mudah.

Internet sangat dibutuhkan dalam bertukar informasi dan berkomunikasi secara cepat tanpa ada batasan wilayah, ruang dan waktu. Internet juga bisa digunakan untuk memperluas pengetahuan serta memperluas pergaulan kita sebagai makhluk sosial. Internet merupakan singkatan dari *interconnected network*. Jika diterjemahkan secara langsung berarti jaringan yang saling terhubung. Internet adalah gabungan jaringan komputer di seluruh dunia yang membentuk suatu sistem jaringan informasi global. Semua komputer yang terhubung ke internet dapat mengakses semua informasi yang terdapat di internet secara gratis. Internet dapat digunakan sebagai sarana pertukaran informasi dari satu komputer ke komputer lain tanpa dibatasi oleh jarak fisik kedua komputer tersebut. Peranan internet yang sangat penting adalah sebagai sumber data dan informasi serta sebagai sarana pertukaran data dan informasi. Kebutuhan internet yang sangat penting sehingga peningkatan jumlah pemakai internet setiap tahun yang selalu meningkat di seluruh dunia.

Perkembangan internet di Indonesia sendiri jumlah pemakai internet selalu meningkat dengan peningkatan yang cukup besar. Asosiasi Penyelenggara

Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 71,19 juta, meningkat 13 persen dibanding tahun 2012 yang mencapai sekitar 63 juta pengguna ([www.antaranews.com](http://www.antaranews.com)). Kenaikan yang signifikan ini diyakini karena infrastruktur untuk tersedianya internet di Indonesia semakin hari akan semakin mudah dan murah. Banyak pihak akan berlomba sebagai penyedia akses internet di berbagai kota di Indonesia. Kebutuhan akan masyarakat juga sangat beragam untuk kebutuhan kantor, pencarian data, media sosial, dan lain-lain. Kebutuhan yang lainnya yaitu kegiatan promosi dengan sistem *online* atau disebut sistem *Online Promotion*. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh pemasar dengan menggunakan media internet. Banyaknya *gadget* yang digunakan masyarakat saat ini juga menjadi pendukung bahwa pemasar juga harus mengambil celah untuk melakukan kegiatan promosi di internet agar dapat memberikan informasi kepada konsumen serta dapat menumbuhkan minat untuk memakai produk/jasa tersebut.

*Online promotion* adalah upaya untuk melakukan promosi secara online, dimana salah satunya menggunakan media internet. Online disini berarti terhubung, terkoneksi aktif dan siap untuk berkomunikasi dengan, atau dikontrol oleh komputer. Promosi merupakan proses mengkomunikasikan variabel bauran pemasaran untuk dilaksanakan oleh Hotel dalam memasarkan produk/jasa (Hasan, 2013:603).

Penggunaannya, kata promosi *online* memiliki beberapa persamaan istilah, baik dalam bahasa Indonesia atau bahasa asing, mengingat untuk ilmu teknologi komunikasi peran bahasa asing lebih dominan dan terkadang lebih bisa diterima, contohnya masyarakat lebih familiar dengan kata *upload* dibanding *unggah*. Kegiatan promosi yang dilakukan menggunakan media internet atau *web* ini para pelanggan dapat informasi dan produk-produk yang ditawarkan oleh suatu Hotel. Sebelum melakukan memakai jasa suatu Hotel, para pelanggan dapat dapat mengecek fasilitas yang ditawarkan suatu Hotel serta harga produk yang ditawarkan. Apabila pelanggan tertarik menggunakan jasa yang ditawarkan suatu Hotel, pelanggan tersebut kemudian dapat memesan langsung melalui contact number dan lain-lain.

Berdasarkan observasi yang dilakukan selama ini promosi *online* yang dilakukan oleh Hotel Sahid Yogyakarta adalah dengan menggunakan *Instagram*. Media sosial *instagram* merupakan salah satu akun media yang turut serta berperan dalam mengenalkan promo, informasi dan fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel Sahid Yogyakarta. Akun sosial media *instagram* itulah yang turut berperan dan membantu Hotel Sahid Yogyakarta sekitar dalam mengenalkan hotel kepada masyarakat. Karena berbagai macam keterbatasan media promosi yang dipakai Hotel Sahid Yogyakarta.

Selain itu factor yang dapat menumbuhkan minat adalah citra Hotel (hotel). Citra hotel yang sesuai dengan keinginan pelanggan dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan preferensi pelanggan, sedangkan citra hotel yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan akan menyebabkan ketidakpuasan pada

pelanggan (Faullant *et al.*, 2008:166). Citra merupakan salah satu faktor yang paling penting ditujukan kepada tamu dari sebuah hotel dalam mempertimbangkan untuk melakukan pembelian kembali dan memberikan rekomendasi (Faullant *et al.*, 2008).

Minat berkunjung tamu pada sebuah hotel adalah hal yang penting bagi hotel sebab dengan adanya minat berkunjung berarti mengindikasikan bahwa konsumen sangat tertarik terhadap produk/jasa yang ditawarkan hotel tersebut dan apabila merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan akan menimbulkan minat berkunjung kembali pada hotel tersebut.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Promosi *Online* dengan media sosial *instagram* dan Citra Hotel Terhadap Minat Kunjungan Tamu di Hotel Sahid Yogyakarta**

### **A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah

1. Bagaimanakah Pengaruh Promosi *Online* dengan media sosial *instagram* Terhadap Minat Kunjungan Tamu di Hotel Sahid Yogyakarta?
2. Bagaimanakah Pengaruh Citra Hotel Terhadap Minat Kunjungan Tamu di Hotel Sahid Yogyakarta?
3. Bagaimanakah Pengaruh Promosi *Online* dengan media sosial *instagram* dan Citra Hotel Terhadap Minat Kunjungan Tamu di Hotel Sahid Yogyakarta?

### **B. Batasan masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Promosi *online* yang dilakukan oleh Hotel Sahid hanya melalui media sosial *instagram*
2. Ruang lingkup penelitian hanya sebatas pada promosi *online* dengan media *instagram* dan citra hotel terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi *online* dengan media sosial *instagram* terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh citra hotel terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi *online* dengan media sosial *instagram* dan citra hotel terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Bagi Peneliti

Peneliti ini dapat menambah pengetahuan penulis dan mengaplikasikan ilmu yang sudah di dapatkan selama bangku kuliah yang berkaitan dengan promosi *online* dan citra hotel terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta.

##### 2. Bagi akademik

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembanding bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran khususnya tentang variabel pengaruh promosi *online* dan citra hotel terhadap minat kunjungan tamu di Hotel Sahid Yogyakarta.

##### 3. Bagi Hotel

Hasil Penelitian ini dijadikan masukan dan pertimbangan untuk mengadakan evaluasi bagi Hotel Sahid Yogyakarta tentang promosi *online* dan citra hotel dalam meningkatkan minat kunjungan tamu

##### 4. Bagi STP Ampta Yogyakarta

Penelitian ini dapat di jadikan referensi tambahan dan masukan mengenai promosi *online* dan citra hotel sebagai pengembangan kurikulum di jurusan perhotelan

## 5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Memberi kontribusi dan tambahan referensi kepada kalangan akademik lainnya, terutama mahasiswa yang akan melakukan penelitian mengenai marketing pemasaran dan dalam hal pengembangan studi mengenai pemasaran