

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan *Millennial* Ke Destinasi Digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo, Jawa Tengah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, peran penggunaan media sosial dalam mencari informasi oleh wisatawan yang berkunjung ke *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo tergolong cukup tinggi dengan hasil rekapitulasi persentase sebesar 79,5%. Hal ini ditunjukkan dari tanggapan responden terhadap kelima dimensi sosial media yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan.
2. Mayoritas wisatawan yang datang ke *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo dari kalangan anak muda yang masuk termasuk dalam generasi *millennial* (usia 11-24 tahun dan 25-40 tahun).
3. Didapat hasil wisatawan di bawah umur 40 tahun mencari sumber informasi *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo menggunakan media sosial sebagai sumber informasi sebelum berkunjung. Media sosial yang secara umum digunakan oleh wisatawan yang berkunjung adalah *Instagram* dengan presentase 76%.

4. Berdasarkan uji validitas, tiap item pertanyaan memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Maka dapat dinyatakan bahwa hasil dari alat ukur tersebut memenuhi dan menunjukkan persyaratan validitas.
5. Berdasarkan uji reliabilitas dapat diketahui bahwa alat ukur untuk variabel peran media sosial memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $0,87 > 0,60$. Dengan demikian, hasil tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat reliabilitas.
6. Berdasarkan tabel koefisien uji regresi linier berganda memperlihatkan nilai koefisien yang diperoleh persamaan regresi $Y = 6.571 + 0.637 - 0.155 + 0.139 + 0.214 + 0.644$, maka dengan adanya hasil koefisien nilai tersebut menunjukkan setiap perubahan 1% akan adanya naik atau turunnya tiap-tiap variable sesuai dengan nilai yang didapatkan akan mempengaruhi keputusan berkunjung,
7. Dari hasil analisis diketahui hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,417, besarnya angka tersebut sama dengan 41,7%. Angka tersebut mengandung arti bahwa peran media sosial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan *millennial* ke destinasi digital *De Loano Glamorous Camping, Purworejo, Jawa Tengah* sebanyak 41,7%.
8. Berdasarkan hasil uji t, diketahui nilai t 3.172 dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar .003. Jadi Sig. variable paling dominan didapat hasil signifikansi keterhubungan sebanyak $.003 < 0.05$. dengan adanya penghitungan variable maka H_0 diterima karena nilai signifikansi kurang dari 0.05. dengan demikian dapat dikatakan variable keterhubungan paling

berpengaruh signifikan positif antara peran media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan *millennial*.

9. Pada analisis uji F, didapat nilai Signifikan sebesar .000. dengan pengujian jika nilai Sig. < 0.05 maka hipotesis diterima. Karena nilai Sig. 0.000 < 0.5, maka disimpulkan bahwa media sosial dengan variable partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan keterhubungan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan *millennial*.

B. Saran

Adapun rekomendasi yang dapat diberikan peneliti berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Untuk mencapai tingkat penggunaan media sosial yang lebih efektif, pihak pengelola akun – akun media sosial *De Loano Glamorous Camping, Purworejo* perlu memberikan perhatian lebih pada akun – akun sosial media yang sudah ada, agar wisatawan baik nusantara maupun mancanegara dapat dengan lebih aktif terlibat dan tidak merasa ada batasan. Serta pengelola akun – akun media sosial sebaiknya menjaga agar akun – akun yang dimiliki tetap *up to date* mengenai informasi perkembangan destinasi.
2. Berdasarkan hasil analisis yang membuktikan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan, peneliti menyarankan agar pihak pengelola dapat memanfaatkan peluang ini dengan sangat baik. Tidak dapat dipungkiri

bahwa pengaruh internet khususnya media sosial bermanfaat sebagai media promosi yang efisien, karena tidak mengeluarkan banyak biaya dan sifatnya yang viral sehingga dalam hitungan menit saja sebuah informasi dapat tersebar dengan luas.

3. Pengelola membuat tampilan dan konten-konten di akun media sosial semenarik mungkin agar wisatawan khususnya wisatawan *millennial* merasa tertarik untuk melihat dan membaca serta tertarik untuk berkunjung.
4. Pengelola sebaiknya melibatkan generasi muda atau generasi *millennial* dalam hal pengelolaan dan juga pengembangan, hal tersebut akan membuat pengembangan destinasi mejadi lebih tepat sasaran, sesuai dengan calon wisatawan yang potensial yang dituju yaitu generasi *millennial*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas Kaplan, Michael Heinlein. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- _____. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan Kelimabelas. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Fikriyonda. Erlingta Desty. 2018. *Pengaruh Spot Foto Sebagai Atraksi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Millennial Di Desa Wisata Alam Pule Payung, Kulonprogo, Yogyakarta*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. Principles of Marketing, 14th Edition. United States of America: Pearson.
- Mayfield, A. 2008. What is Social Media. iCrossing.
- Nazir. M. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Paramitha, Cindy Rizal Putri, 2011. Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro.
- Peraturan Menteri Pariwisata Indonesia Nomor 10 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pelaksana Otoritas Borobudur.
- Perpres Nomor 46 Tahun 2017 tentang Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Borobudur.
- Rencana Srategis Kementrian Pariwisata tahun 2018-2019.
- Riduwan dan Akdon. 2010. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Businees Edisi 1 dan 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Tambunan, Debby Laura. 2016. *Pengaruh Social Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara DKI Jakarta*. Bandung. Skripsi. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Umi Narimawati. 2007. *Riset Manajemen dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media.
- Woodside, Arch G. and Martin, Drew. 2008. *Tourism Management: analysis behaviour and strategy*. Oxfordshire: CAB International.

DAFTAR JURNAL

- Damasdino, Fian. 2017. Dinamika Akses Informasi Wisatawan Antar Generasi Pada Obyek Wisata Minat Khusus Di Kabupaten Bantul. *Jurnal Media Wisata* . Vol.15. No.1.
- Isnaini, Putri Rizkiah dan Yusri Abdillah. 2018. Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Berkunjung Ulang (survey Pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu Yang termasuk Dalam Katagori Generasi Millennial). *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*. Vol. 55. No. 2.

DAFTAR LAMAN

- Detik inet. "130 Juta Orang Indonesia Tercatat Aktif di Medsos". <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3912429/130-juta-orang-indonesia-tercatat-aktif-di-medsos> diakses tanggal 14 Maret 2019.
- Generasi Pesona Indonesia. "Destinasi Digital GenPP". <https://www.genpi.co/berita/3082/destinasi-digital-genpi> diakses tanggal 11 Maret 2019.
- Kemenpar. "CEO Message #41 DESTINASI DIGITAL". <http://www.kemenpar.go.id/post/ceo-message-41-destinasi-digital> diakses tanggal 12 Maret 2019.

LAMPIRAN I
SURAT IZIN 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 : 1069/Q.AMPTAV/2019
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

02 Mei 2019

Yth. Kepala Badan Otorita Borobudur
Jalan Faridan M Noto No. 19 Kotabaru, Gondokusuman
Kota Yogyakarta, DIY

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di De Loano Glamorous Camping, Purworejo, Jawa Tengah selama 2 bulan terhitung mulai tanggal 01 Mei 2019 sampai dengan tanggal 30 Juni 2019, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Rudi Waskito Triwibowo
No. Induk Mahasiswa : 517200091
Semester : VIII

Besar harapan kami bahwa Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian, sehingga dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul :

Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Millenial Ke Destinasi Digital De Loano Glamorous Camping Purworejo Jawa Tengah. (proposal penelitian terlampir).

Atas kerjasama dan bantuan Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami,
Ketua

Drs. Prihatno, M.M

LAMPIRAN II
KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Millennial Ke Destinasi Digital De Loano Glamorous Camping, Purworejo.



Pengunjung yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa dari STP AMPTA Yogyakarta dan saya sedang mengadakan penelitian tentang Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan *Millennial* Ke Destinasi Digital *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo. Mohon dukungan saudara untuk mengisi lembar pertanyaan ini sebagai pengembangan wisata di *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo. Semua jawaban adalah dirahasiakan. Terimakasih atas kerjasama dan perhatian saudara.

Catatan: berikan tanda cek (√) pada pilihan yang dianggap paling tepat dan mewakili.

Data Responden:

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : < 10 th 11 – 24 th 25 – 40 th > 40 th
4. Pendidikan terakhir : SD SMP SMA Diploma S1 S2/S3
5. Informasi terkait *De Loano Glamorous Camping*, Purworejo didapat dari :
 - Rekomendasi dari teman/saudara
 - Media sosial (*Instagram, Facebook, Twitter, Website* dll)
 - Brosur
 - Lainnya (sebutkan)
6. Jika dari jawaban dari No. 5 adalah Media Sosial, maka dari media sosial apa informasi tersebut didapat :
 - Facebook* *Instagram* Lainnya (sebutkan)
 - Website* *Twitter*

Peran Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan:

Pilihlah salah satu jawaban dari beberapa alternatif yang disediakan dan beri tanda cek (√):

Keterangan : **SS: Sangat Setuju** **S: Setuju** **TS: Tidak Setuju** **STS: Sangat Tidak Setuju**

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
Partisipasi					
1.	Sering memberikan komen di akun media sosial milik destinasi seperti Twitter, Facebook, dan Website.				
2.	Sering memberikan <i>likes</i> pada <i>posting-an</i> yang diunggah di media sosial milik <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo.				
3.	Pihak akun media sosial destinasi memberikan respon/tanggapan yang cepat.				
Keterbukaan					
4.	Leluasa memberikan komentar di akun media sosial milik <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo.				
5.	Sangat mudah dalam mengakses informasi mengenai destinasi wisata.				

6.	Sangat mudah dalam menggunakan konten – konten di media sosial <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo.				
Percakapan					
7.	Mudah dalam bertukar informasi mengenai pariwisata <i>Glamorous Camping</i> melalui akun – akun media sosial				
8.	Mudah memperoleh informasi detail dari pengelola media sosial destinasi.				
9.	Promosi yang disampaikan mudah dipahami dalam mendapat informasi.				
Komunitas					
10.	Mudah bertukar pikiran dan <i>share</i> minat mengenai pariwisata di Daerah Otoritas Borobudur dalam forum di media sosial seperti <i>tripadvisor</i> , dll				
11.	Mudah berkomunikasi, berbagi info ketika bergabung dengan komunitas di sosial media mengenai destinasi <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo.				
12.	Sering membagikan informasi mengenai pariwisata <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo di forum/komunitas				
Keterhubungan					
13.	Lebih mudah berkomunikasi dengan pengguna lainnya melalui aplikasi di sosial media mengenai destinasi.				
14.	Mudah dalam mengakses situs maupun sumber informasi lainnya melalui akun media sosial <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo.				
15.	Mudah mendapatkan informasi pariwisata melalui akun media sosial yang dimiliki pihak pengelola destinasi.				
Faktor Penarik					
16.	Ingin berkunjung setelah melihat <i>posting-an</i> orang lain di media sosial mengenai <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo.				
17.	Selalu mengakses informasi wisata melalui media sosial sebelum berkunjung ke destinasi tersebut.				
18.	Kesesuaian <i>posting-an</i> <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo di media sosial sama dengan kenyataan.				
Faktor Pendorong					
19.	Ingin melakukan perjalanan ke destinasi setelah melihat <i>posting-an</i> <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo di media sosial				
20.	<i>Update-an</i> orang di media sosial mengenai destinasi <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo memberi gambaran mengenai destinasi tersebut				
21.	Nyamanan saat berwisata dan mengunjungi <i>De Loano Glamorous Camping</i> , Purworejo				

☺☺ TERIMAKASIH ☺☺

LAMPIRAN III
HASIL DISTRIBUSI
FREKUENSI

DISTRIBUSI FREKUENSI

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
JENIS KELAMIN * SUMBER INFORMASI	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%
UMUR * SUMBER INFORMASI	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%
PENDIDIKAN * SUMBER INFORMASI	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%
MEDIA SOSIAL * SUMBER INFORMASI	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

JENIS KELAMIN * SUMBER INFORMASIS

Crosstab

		SUMBER INFORMASI MEDIA SOSIAL		Total
JENIS KELAMIN	LAKI-LAKI	Count	31	31
		Expected Count	31.0	31.0
		% within JENIS KELAMIN	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	62.0%	62.0%
	PEREMPUAN	Count	19	19
		Expected Count	19.0	19.0
		% within JENIS KELAMIN	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	38.0%	38.0%
Total		Count	50	50
		Expected Count	50.0	50.0
		% within JENIS KELAMIN	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	. ^a
N of Valid Cases	50

UMUR * SUMBER INFORMASI

Crosstab

			SUMBER INFORMASI MEDIA SOSIAL	Total
UMUR	11-24 TAHUN	Count	41	41
		Expected Count	41.0	41.0
		% within UMUR	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	82.0%	82.0%
	25-40 TAHUN	Count	7	7
		Expected Count	7.0	7.0
		% within UMUR	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	14.0%	14.0%
	> 40 TAHUN	Count	2	2
		Expected Count	2.0	2.0
		% within UMUR	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	4.0%	4.0%
Total	Count	50	50	
	Expected Count	50.0	50.0	
	% within UMUR	100.0%	100.0%	
	% within SUMBER INFORMASI	100.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	. ^a
N of Valid Cases	50

PENDIDIKAN * SUMBER INFORMASI

Crosstab

		SUMBER INFORMASI MEDIA SOSIAL	Total	
PENDIDIKAN	SMP	Count	2	2
		Expected Count	2.0	2.0
		% within PENDIDIKAN	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	4.0%	4.0%
	SMA	Count	38	38
		Expected Count	38.0	38.0
		% within PENDIDIKAN	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	76.0%	76.0%
	DIPLOMA	Count	3	3
		Expected Count	3.0	3.0
		% within PENDIDIKAN	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	6.0%	6.0%
	S1	Count	7	7
		Expected Count	7.0	7.0
		% within PENDIDIKAN	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	14.0%	14.0%
Total	Count	50	50	
	Expected Count	50.0	50.0	
	% within PENDIDIKAN	100.0%	100.0%	
	% within SUMBER INFORMASI	100.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	. ^a
N of Valid Cases	50

MEDIA SOSIAL * SUMBER INFORMASI

Crosstab

		SUMBER INFORMASI MEDIA SOSIAL	Total	
MEDIA SOSIAL	FACEBOOK	Count	7	7
		Expected Count	7.0	7.0
		% within MEDIA SOSIAL	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	14.0%	14.0%
	INSTAGRAM	Count	38	38
		Expected Count	38.0	38.0
		% within MEDIA SOSIAL	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	76.0%	76.0%
	WEBSITE	Count	5	5
		Expected Count	5.0	5.0
		% within MEDIA SOSIAL	100.0%	100.0%
		% within SUMBER INFORMASI	10.0%	10.0%
Total	Count	50	50	
	Expected Count	50.0	50.0	
	% within MEDIA SOSIAL	100.0%	100.0%	
	% within SUMBER INFORMASI	100.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	. ^a
N of Valid Cases	50

LAMPIRAN IV
DATA PRESENTASE JAWABAN
RESPONDEN

Tabel Kriteria Presentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20,00 – 36,00	Sangat Tidak Baik
2	36,01 – 52,00	Tidak Baik
3	52,01 – 68,00	Cukup Baik
4	68,01 – 84,00	Baik
5	84,01 – 100	Sangat Baik

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

A. PARTISIPASI

Tabel Hasil Uji Presentase Variabel Partisipasi

Dimensi	Variabel	Jawaban Responden				Total	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		SS	S	TS	STS				
Partisipasi	1	7	36	6	1	50	149	200	74,5
	2	15	33	2	0	50	163	200	81,5
	3	15	25	10	0	50	141	200	70,5
Total		37	94	18	1	150	453	600	75,5
Kriteria							Baik		

Sumber: Olahan Peneliti 2019

B. KETERBUKAAN

Tabel Hasil Presentase Variabel Keterbukaan

Dimensi	Variabel	Jawaban Responden				Total	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		SS	S	TS	STS				
Keterbukaan	4	8	32	8	2	50	146	200	73
	5	27	19	3	1	50	172	200	86
	6	17	28	4	1	50	174	200	87
Total		52	79	15	4	150	492	600	82
Kriteria							Baik		

Sumber: Olahan Peneliti 2019

C. PERCAKAPAN

Tabel Hasil Uji Presentase Variabel Percakapan

Dimensi	Variabel	Jawaban Responden				Total	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		SS	S	TS	STS				
Percakapan	7	17	30	3	0	50	164	200	82
	8	17	28	5	0	50	162	200	81
	9	21	24	5	0	50	166	200	83
Total		55	82	13	0	150	492	600	82
Kriteria							Baik		

Sumber: Olahan Peneliti 2019

D. KOMUNITAS

Tabel Hasil Uji Presentase Variabel Komunitas

Dimensi	Variabel	Jawaban Responden				Total	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		SS	S	TS	STS				
Komunitas	10	9	33	7	1	50	150	200	75
	11	10	35	3	2	50	153	200	76,5
	12	10	28	9	3	50	145	200	72,5
Total		29	96	19	6	150	448	600	74,6
Kriteria							Baik		

Sumber: Olahan Peneliti 2019

E. KETERHUBUNGAN

Tabel Hasil Uji Presentase Variabel Keterhubungan

Dimensi	Variabel	Jawaban Responden				Total	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		SS	S	TS	STS				
Keterhubungan	13	21	21	7	1	50	169	200	84,5
	14	17	30	3	0	50	167	200	83,5
	15	19	29	1	1	50	166	200	83
Total		57	80	11	2	150	502	600	83,6
Kriteria							Baik		

Sumber: Olahan Peneliti 2019

F. REKAPITULASI TANGGAPAN VARIABEL MEDIA SOSIAL

Tabel Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Media Sosial (X)

Variabel	Dimensi	Jawaban Responden				Total	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		SS	S	TS	STS				
Media Sosial	Partisipasi	37	94	18	1	150	453	600	75,5
	Keterbukaan	52	79	15	4	150	492	600	82
	Percakpan	55	82	13	0	150	492	600	82
	Komunitas	29	96	19	6	150	448	600	74,6
	Keterhubungan	57	80	11	2	150	502	600	83,6
Total		230	431	76	13	750	2.387	3.000	79,5
Kriteria							Baik		

Sumber: Olahan Peneliti 2019

G. REKAPITULASI TANGGAPAN VARIABEL KEPUTUSAN BERKUNJUNG

Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Variabel	No	Jawaban Responden				Total	Skor Aktual	Skor Ideal	%
		SS	S	TS	STS				
Keputusan Berkunjung	16	30	19	1	0	50	197	200	98,5
	17	23	27	0	0	50	173	200	86,5
	18	21	29	0	0	50	171	200	85,5
	19	22	27	1	0	50	171	200	85,5
	20	19	29	2	0	50	168	200	84
	21	24	25	0	1	50	172	200	86
Total		139	156	4	1	300	1.052	1.200	87,6
Kriteria							Sangat Baik		

Sumber: Olahan Peneliti 2019

LAMPIRAN V
UJI KELAYAKAN INSTRUMEN

VALIDITAS

Correlations												
		KOMUNITAS 3	KETERHUBU NGAN_X5	KETERHUBU NGAN2	KETERHUBU NGAN3	KEPUTUSAN_B ERKUNJUNG_Y	KEPUTUSA N2	KEPUTUSA N3	KEPUTUS AN4	KEPUT USAN5	KEPUT USAN6	TOTAL
PARTISIPA SI_X1	Pearson Correlation	.222	.242	.193	.197	.152	-.023	-.105	.119	-.031	-.076	.471**
	Sig. (2-tailed)	.122	.090	.178	.170	.293	.873	.467	.409	.829	.598	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PARISIPASI 2	Pearson Correlation	.063	.183	.179	.154	.203	.076	.092	.028	.164	.069	.322*
	Sig. (2-tailed)	.665	.203	.212	.287	.158	.599	.525	.849	.254	.635	.023
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PARTISIPA SI3	Pearson Correlation	.260	.224	.272	.344*	.169	-.115	-.132	.249	.256	.144	.605**
	Sig. (2-tailed)	.069	.118	.056	.014	.241	.426	.360	.081	.072	.319	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KETERBUK AAN_X2	Pearson Correlation	.208	.075	.057	.202	.236	-.009	-.019	.201	.072	-.108	.467**
	Sig. (2-tailed)	.146	.606	.692	.159	.099	.949	.897	.162	.621	.457	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KETERBUK AAN2	Pearson Correlation	.228	.140	.396**	.371**	.121	.108	.160	.095	.183	-.080	.555**

	Sig. (2-tailed)	.112	.333	.004	.008	.404	.455	.266	.513	.203	.583	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KETERBUK AAN3	Pearson Correlation	.385**	.170	.363**	.314*	.091	.056	.023	.189	.122	.057	.581**
	Sig. (2-tailed)	.006	.238	.010	.026	.532	.699	.874	.189	.399	.694	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PERCAKAP AN_X3	Pearson Correlation	.289*	.214	.378**	.259	.191	-.031	.080	.140	.015	.107	.494**
	Sig. (2-tailed)	.042	.135	.007	.069	.185	.830	.581	.331	.916	.459	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PERCAKAP AN2	Pearson Correlation	.257	.047	.037	.219	.245	.161	-.068	.180	.054	.092	.532**
	Sig. (2-tailed)	.072	.743	.801	.127	.086	.264	.638	.212	.710	.526	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PARCAKAP AN3	Pearson Correlation	.262	.047	.083	.296*	.216	.412**	.080	.249	.256	.100	.515**
	Sig. (2-tailed)	.067	.746	.567	.037	.132	.003	.580	.082	.073	.489	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KOMUNITA S_X4	Pearson Correlation	.324*	.456**	.446**	.360*	.297*	.190	-.064	.059	.172	.157	.662**
	Sig. (2-tailed)	.022	.001	.001	.010	.036	.185	.658	.682	.232	.277	.000

KEPUTUSA N_BERKUN JUNG_Y	Pearson Correlation	.139	.396**	.389**	.472**	1	.276	.291*	.481**	.486**	.387**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.334	.004	.005	.001		.053	.041	.000	.000	.005	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KEPUTUSA N2	Pearson Correlation	.170	.236	.252	.368**	.276	1	.272	.402**	.377**	.191	.388**
	Sig. (2-tailed)	.239	.100	.078	.008	.053		.056	.004	.007	.184	.005
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KEPUTUSA N3	Pearson Correlation	.213	.316*	.294*	.414**	.291*	.272	1	.394**	.430**	.118	.301*
	Sig. (2-tailed)	.138	.025	.038	.003	.041	.056		.005	.002	.415	.034
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KEPUTUSA N4	Pearson Correlation	.245	.490**	.405**	.506**	.481**	.402**	.394**	1	.467**	.233	.539**
	Sig. (2-tailed)	.086	.000	.004	.000	.000	.004	.005		.001	.103	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KEPUTUSA N5	Pearson Correlation	.218	.281*	.335*	.564**	.486**	.377**	.430**	.467**	1	.510**	.518**
	Sig. (2-tailed)	.128	.048	.017	.000	.000	.007	.002	.001		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
KEPUTUSA N6	Pearson Correlation	.305*	.334*	.282*	.267	.387**	.191	.118	.233	.510**	1	.369**

	Sig. (2-tailed)	.031	.018	.047	.061	.005	.184	.415	.103	.000		.008
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.606**	.605**	.624**	.712**	.544**	.388**	.301*	.539**	.518**	.369**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.034	.000	.000	.008	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

REABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PARTISIPASI_X1	64.84	46.790	.390	.868
PARISIPASI2	64.52	48.418	.235	.873
PARTISIPASI3	64.80	44.612	.525	.863
KETERBUKAAN_X2	64.72	46.859	.385	.868
KETERBUKAAN2	64.20	45.918	.481	.864
KETERBUKAAN3	64.42	45.840	.512	.863
PERCAKAPAN_X3	64.36	47.296	.430	.866
PERCAKAPAN2	64.40	46.653	.465	.865
PARCAKAPAN3	64.32	46.630	.444	.866
KOMUNITAS_X4	64.64	45.378	.607	.860
KOMUNITAS2	64.58	45.228	.611	.860
KOMUNITAS3	64.74	44.809	.528	.863
KETERHUBUNGAN_X5	64.40	44.939	.530	.863
KETERHUBUNGAN2	64.36	46.235	.571	.862
KETERHUBUNGAN3	64.32	45.079	.665	.858
KEPUTUSAN_BERKUNJUN G_Y	64.06	47.119	.488	.865
KEPUTUSAN2	64.18	48.477	.325	.869
KEPUTUSAN3	64.22	49.114	.236	.871
KEPUTUSAN4	64.22	47.155	.483	.865
KEPUTUSAN5	64.30	47.194	.458	.865
KEPUTUSAN6	64.20	48.163	.291	.871

LAMPIRAN VI
HASIL UJI HIPOTESIS

UJI REGRESI

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KETERHUBUNGAN_X5, PERCAKAPAN_X3, KOMUNITAS_X4, PARTISIPASI_X1, KETERBUKAAN_X2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_Y

b. All requested variables entered.

UJI R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.477	.417	1.840

a. Predictors: (Constant), KETERHUBUNGAN_X5, PERCAKAPAN_X3, KOMUNITAS_X4, PARTISIPASI_X1, KETERBUKAAN_X2

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.583	5	27.117	8.012	.000 ^b
	Residual	148.917	44	3.384		
	Total	284.500	49			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_Y

b. Predictors: (Constant), KETERHUBUNGAN_X5, PERCAKAPAN_X3, KOMUNITAS_X4, PARTISIPASI_X1, KETERBUKAAN_X2

UJI REGRESI DAN UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6.571	2.599		2.528	.015
	PARTISIPASI_X1	.637	.234	.357	2.728	.009
	KETERBUKAAN_X2	-.155	.202	-.115	-.768	.447
	PERCAKAPAN_X3	.139	.243	.079	.572	.570
	KOMUNITAS_X4	.214	.243	.109	.879	.384
	KETERHUBUNGAN_X5	.644	.203	.421	3.172	.003

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_Y

LAMPIRAN VII
LEMBAR BIMBINGAN

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : RUDI WASKITO TRIWIBOWO
NO. MAHASISWA : 517.2000.31
JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I : BUDI HERMUDAEN

NAMA PEMBIMBING II : DR. HENI SUSILOWATI, MM

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	27/3/19	- Pemulaan keahliatan	
		- Landasan teori	
		- medsos	
		- variabel	
	27/3/19	- Kerangka Pemikiran	
		- Operasional Var.	
	8/4/19	- Questioner	
	13/4/19	= Hipotesis	
		- typia penelitian	
		- Daftar Perijasaan	
	27/4/19	Material doc	
		daftar pertanyaan	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	23-3-2019	Revisi :	
		- Sistematika penulisan	
		kutipan langsung langung	
		- Metodologi penelitian	
		- Daftar pustaka	
	20-3-2019	Perbaiki lihat di dalam nya	
		ketipian?	
		- Hipotesis di susun dengan	
		rumus masalah	
		- Alat analisisnya?	
	9-4-2019	Perbaiki : lihat di dalam nya	

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : BUDI WASKITO TRIVI BORO
 NO. MAHASISWA : 517.2000 81
 JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I : Drs. Budi Hermawan, M.Pd
 NAMA PEMBIMBING II : Dra. Heni Susilowati, M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	17/19	- Kelas Cosetap	
		- Korelasi - X -	
		- Responda - present	
		-	
	19/19	- F test tidak sama	
		Variabel ada hipotesis	
		- Analisis ttp?	
		Variabel - Menguji	
		terjadi ?	
	17/19	Analisis Per	
		Variabel -	
	17/19	- Delaykop	
		- Abstrak	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	15-4-2019	Revisi	
		Kms masalah	
		- Tujuan Penelitian	
		Hipotesis disesuaikan dengan Kms	
		masalah	
		Daftar pertanyaan dibuat ulang	
		tek tabel	
	24-4-2019	AAC proposal	
	18-7-2019	Revisi	
		Sistematisasi Penulisan	
		- Penomoran tabel	



NAMA MAHASISWA: RUDI WASKITA TRIMIB DWS
NO. MAHASISWA : 517 2000 81
JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I: DTS. Budi Hermawan, M.H
NAMA PEMBIMBING II: DRA. Heni Susilawati, M.H

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	19/7/19	Siapa saja	[Signature]
	19-7-2019	ACC ke pendadaran	[Signature]

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
		• Sampel 30 → 50 Responden	[Signature]
		• Koefisien determinan	
		dil ditrat didakan	
	18-7-2019	Perbaiki: Ubat & dalamnya	[Signature]
		• Hipotesa	
		• Kurva tanggapan Responden	
		dihilangan	
		• Tabel disindah diatas ketanya	
		• Koefisien determinasi	
	19-7-2019	lengkapi lembar penyelesaian dil	[Signature]
	19-7-2019	Perbaiki: Hal penyelesaian,	[Signature]
		Kata Persenter	