

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji korelasi dan regresi menunjukkan bahwa variabel (X) instagram dan variabel (Y) keputusan berkunjung memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan sebesar 0,748. Sedangkan pengaruh yang dihasilkan adalah sebesar 56% yang menandakan bahwa keputusan berkunjung ke De Mata Trick Eye Museum dapat dipengaruhi dengan adanya instagram, sisanya dipengaruhi faktor lain seperti promosi secara *offline* maupun media sosial lainnya.

Berdasarkan hasil uji t memperlihatkan ada pengaruh yang signifikan variabel (X) media sosial instagram terhadap variabel (Y) keputusan berkunjung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu t hitung 11,159 lebih besar dari 1,660 t tabel taraf signifikan 5% yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini terbukti bahwa penggunaan media sosial instagram dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan, dari hasil tersebut diharapkan pengelola dapat memanfaatkan peluang ini

dengan sangat baik. Pengelola dapat lebih berinovasi dalam membuat tampilan dan konten-konten semenarik mungkin agar wisatawan merasa tertarik untuk melihat dan membaca serta berkunjung ke De Mata Trick Eye Museum Yogyakarta.

2. Dalam penelitian ini penulis menggunakan menggunakan media sosial instagram sebagai objek penelitian, diharapkan untuk penelitian selanjutnya peneliti dapat menggunakan media sosial yang berbeda untuk mengukur dampak media sosial tersebut di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remadja Rosda Karya.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS(Center for Academic Publishing Service).
- I Gde Pitana; Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, Philip dan Gary Anthony. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Krisyantono, Rahmat. 2018. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Marpaung Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba. Kaplan, Andreas, M dan Haenlein Michael. 2010. *Users Of The World unite! The Challenges and Oppurtunities of Social Media*. Bussiness Horizon.
- Muljadi. 2009. *Kepariwisataaan dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Peter dan Olson. 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Stratgi Pemasaran*. Edisi Keempat. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remadja Rosda Karya.

2. Internet

Buku Statistik Kepariwisataaan DIY. 2017. <https://visitingjogja.com/15691/statistik-pariwisata-diy-2017/>. Diakses pada tanggal 02 Februari 2020.

Buku Statistik Kepariwisataaan DIY. 2018. <https://visitingjogja.com/15691/statistik-pariwisata-diy-2018/>. Diakses pada tanggal 02 Februari 2020.

Destrianto Mico. 2018. *Indonesia Siap Masuki Era 4.0*. <https://biz.kompas.com/read/2018/06/11/024023428/indonesia-siap-masuki-era-industri-40?page=all>. Diakses pada tanggal 24 Januari 2020.

Laporan Survei Penetrasi dan profil Pengguna Internet Indonesia. 2018. <https://apjii.or.id/>. Diakses pada tanggal 24 Januari 2020. Diakses pada tanggal 24 Januari 2020.

3. Jurnal dan Skripsi

Amartin, Litta Ayu. 2018. *Pengaruh Akun Instagram @explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) ke Tempat Wisata di Banten*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sultan ageng Tirtayasa. Banten.

Anang Cahyono. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Ilmu Sosial dan Politik Universitas Tulungagung. Vol. 9 No. 1. <http://jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/view/79/73>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2020.

Arsita Ardy. 2017. *Simulakra Baudrillard dalam multidimensi Posmodernisasi: Kajian Fotografi Makanan dalam Media Sosial Instagram*. Jurnal Rekam Volume 13 Nomor 2. <http://journal.isi.ac.id/index.php/rekam/article/view/1932>. Diakses pada tanggal 25 Januari 2020.

Artuđer, S., et al. 2013. *The effect of destination image on destination loyalty: application in Alanya*. European Journal of Business and Management. Vol. 5. No. 13.

- Hasan Ali. 2015. *Pengaruh Electronic Word of Mouth pada Media Sosial Facebook terhadap Keputusan Berkunjung ke desa Wisata Nglanggeran Gunungkidul*. Jurnal Media Wisata Volume 13 Nomor 1.
- Paramitha. 2011. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang. Tidak diterbitkan.
- Prayanto. 2011. *Fotografi: Sains, Teknologi, Seni, dan Industri*. Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana Volume 13 Nomor 1. <http://ced.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/18415>. Diakses pada tanggal 25 Januari 2020.
- Susilawati, Heni. 2017. *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung di Sindu Kusuma Edupark*. Jurnal Pariwisata dan Budaya Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Volume 8 Nomor 2. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/2297>. Diakses pada tanggal 12 Januari 2020.
- Wicaksono, M. Arif. 2017. *Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahokura Terhadap Minat Berkunjung Followers*. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Vol. 4 No. 2. <https://www.neliti.com/publications/183848/pengaruh-media-sosial-instagram-wisatadakwahokura-terhadap-minat-berkunjung-foll>. Diakses pada 15 Januari 2020.

4. Peraturan Pemerintah

Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

LAMPIRAN 1



SURAT KETERANGAN

Nomor : 003/DEMATA-PKL/VII/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : FX Tri Endaryanto, SH
Jabatan : HRD PT. Demata Maris Yogyakarta

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rachel Johana Lupano
NIM : 516100583
Program Studi : Pariwisata (Sarjana 1)
Tahun Akademik : 2019/2020
Alamat : Pinamorongan, Kec. Tareran, Kab. Minahasa Selatan,
Sulawesi Utara
Universitas : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Telah melaksanakan kegiatan Observasi dan Penelitian di PT. Demata Maris Yogyakarta tanggal : **21 Februari 2020.**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 24 Maret 2020


PT. DEMATA MARIS INDONESIA
FX Tri Endaryanto
HRD

LAMPIRAN 2



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 : 0967/Q.AMPTA/II/2020
Lampiran : 1 bendel
Hal : Permohonan Penelitian

17 Februari 2020

Yth. Pengelola De Mata Trick Eye Museum
XT Square Jalan Veteran No 150-151
Kota Yogyakarta, DIY

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di De Mata Trick Eye Museum selama 1 bulan dihitung mulai tanggal 24 Februari 2020 sampai dengan tanggal 23 Maret 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan Pariwisata :

Nama Mahasiswa : Rachel Johana Lupano
No. Induk Mahasiswa : 516100583
Semester : VIII

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

Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di De Mata Trick Eye Museum. (proposal penelitian terlampir).

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

Hormat kami,



Drs. Prihatno, M.M

LAMPIRAN 3

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di De Mata Trick Eye Museum Yogyakarta”

Responden Yth,

Saya Rachel Johana Lupano mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, program studi pariwisata. Saya akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di De Mata Trick Eye Museum Yogyakarta”**. Oleh sebab itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner dengan sejujur-jujurnya. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Data Responden :

Berilah tanda (✓) pada salah satu jawaban yang anda pilih.

1. Nama wisatawan :
2. Usia :
3. Asal Wisatawan :
() Yogyakarta () Luar Yogyakarta
4. Jenis Kelamin :
() Laki-laki () Perempuan
5. Frekuensi Mengakses *Instagram* dalam Sehari
() < 1 jam () 1-2 jam
() 2-3 jam () > 3 jam
6. Lama menggunakan *Instagram*
() < 1 tahun () 1-2 tahun
() 2-4 tahun () > 4 tahun

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Kuesionair :

Berilah tanda (✓) sesuai dengan pendapat anda.

Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju → 4

S : Setuju → 3

TS : Tidak Setuju → 2

STS : Sangat Tidak Setuju → 1

NO	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Foto-foto yang diunggah @de_mata_de_arca menarik saya untuk mengetahui De Mata Trick Eye Museum				
2	Caption pada unggahan @de_mata_de_arca merupakan pesan yang informatif				
3	Banyaknya <i>like</i> pada unggahan @de_mata_de_arca membuat saya tertarik untuk mengetahui De Mata Trick Eye Museum				
4	Akun @de_mata_de_arca memiliki kolom komentar yang interaktif				
5	Banyaknya <i>followers</i> membuat saya ingin mengetahui akun @de_mata_de_arca				
6	Saya mengetahui De Mata Trick Eye Museum karena <i>followers/following</i> saya membagikan postingan @de_mata_de_arca				
7	<i>Mention</i> memudahkan pengguna lain menemukan akun @de_mata_de_arca				
8	Saya berkunjung ke de mata museum karena saya percaya daya tarik yang ditawarkan sesuai bagi saya				

9	Sebelum berkunjung saya mencari informasi melalui akun @de_mata_de_arca				
10	Saya tertarik berkunjung setelah melihat unggahan foto serta banyaknya <i>followers</i> , <i>like</i> dan komentar pada akun @de_mata_de_arca				
11	Saya memilih berkunjung De Mata Trick Eye museum setelah membandingkan berbagai informasi destinasi wisata sejenis				
12	Jika ada waktu dan kesempatan saya ingin berkunjung kembali ke De Mata Trick Eye Museum				

KUESIONER PENELITIAN

Halo!!

saya Rachel Johana Lupano mahasiswa jurusan pariwisata di STP AMPTA Yogyakarta, saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI DE MATA EYE TRICK MUSEUM YOGYAKARTA". Oleh sebab itu, saya memohon kesediaan untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Terimakasih karena telah membuka link ini dan kesediaan mengisi kuesioner.

Data Responden

Nama

Jawaban Anda

Usia

Jawaban Anda

Foto-foto yang diunggah @de_mata_de_arca menarik saya untuk mengetahui De Mata Trick Eye Museum Yogyakarta

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Caption pada unggahan @de_mata_de_arca merupakan pesan yang informatif

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

Asal

- Yogyakarta
- Luar Yogyakarta

Frekuensi mengakses instagram dalam sehari

- < 1 Jam
- 1 - 2 Jam
- 2 - 3 Jam
- > 3 Jam

Lama menggunakan instagram

- < 1 Tahun
- 1 - 2 Tahun

Banyaknya like pada unggahan @de_mata_de_arca membuat saya tertarik untuk mengetahui De Mata Eye Trick Museum Yogyakarta

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Akun @de_mata_de_arca memiliki komentar yang interaktif

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Banyaknya followers membuat saya ingin mengetahui akun @de_mata_de_arca

- SANGAT SETUJU
- SETUJU

Saya mengetahui De Mata Eye Trick Museum Yogyakarta karena followers/following saya membagikan postingan @de_mata_de_arca

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Mention memudahkan pengguna lain menemukan akun @de_mata_de_arca

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Saya berkunjung ke De Mata Eye Trick Museum karena saya percaya daya tarik yang ditawarkan sesuai bagi saya

- SANGAT SETUJU

Sebelum berkunjung saya mencari informasi melalui akun @de_mata_de_arca

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Saya tertarik berkunjung setelah melihat unggahan foto serta banyaknya follower, like dan komentar pada akun @de_mata_de_arca

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Saya memilih berkunjung ke De Mata Eye Trick Museum Yogyakarta setelah membandingkan berbagai informasi destinasi wisata sejenis

Saya memilih berkunjung ke De Mata Eye Trick Museum Yogyakarta setelah membandingkan berbagai informasi destinasi wisata sejenis

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

Jika ada waktu dan kesempatan saya ingin berkunjung kembali ke De Mata Eye Trick Museum Yogyakarta

- SANGAT SETUJU
- SETUJU
- TIDAK SETUJU
- SANGAT TIDAK SETUJU

LAMPIRAN 4

TABULASI DATA

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Total X	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total Y
1	3	3	3	3	4	4	4	24	3	4	3	4	3	17
2	3	3	3	3	4	3	3	22	3	4	4	3	3	17
3	3	2	3	3	3	3	4	21	4	4	3	3	4	18
4	4	3	3	3	3	2	3	21	4	3	3	2	4	16
5	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
6	4	3	3	3	4	2	4	23	4	4	4	3	4	19
7	3	3	3	3	4	3	3	22	3	3	3	3	3	15
8	3	2	3	2	3	3	3	19	3	3	3	2	3	14
9	3	3	4	3	3	3	3	22	3	3	3	3	3	15
10	3	4	3	2	3	1	4	20	3	4	3	3	4	17
11	3	3	2	2	2	2	2	16	3	2	2	3	3	13
12	3	3	3	3	3	1	3	19	4	2	2	4	3	15
13	2	2	3	2	4	1	4	18	1	1	3	2	3	10
14	2	3	2	2	2	1	3	15	3	2	1	1	3	10
15	4	3	4	3	4	4	4	26	4	4	4	1	4	17
16	3	3	2	3	3	4	4	22	3	4	3	3	3	16
17	3	3	2	3	3	1	3	18	3	4	1	1	3	12
18	4	3	2	2	3	3	3	20	3	3	3	2	4	15
19	3	3	2	3	3	3	4	21	3	3	2	3	3	14
20	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	3	4	3	18
21	4	3	3	3	4	3	3	23	3	4	4	3	3	17
22	2	2	2	2	3	1	4	16	2	1	2	2	3	10
23	3	2	2	2	2	3	3	17	2	3	2	1	2	10
24	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	2	2	3	13
25	4	3	3	3	3	2	4	22	4	3	3	3	4	17
26	3	3	3	3	3	2	3	20	3	3	3	2	3	14
27	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	2	3	14
28	3	3	3	2	2	2	3	18	3	2	2	3	3	13
29	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20
30	3	3	3	3	3	4	3	22	3	3	3	3	4	16
31	3	4	4	3	3	3	3	23	3	3	3	3	2	14
32	4	3	3	3	2	1	2	18	4	1	2	4	3	14
33	3	3	2	3	3	3	2	19	4	3	2	3	4	16
34	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20
35	3	2	2	3	2	4	3	19	3	4	2	3	3	15
36	3	3	2	3	2	3	3	19	3	2	2	3	3	13
37	3	3	2	3	3	2	3	19	3	2	3	3	3	14
38	3	3	3	3	3	2	3	20	3	3	3	2	3	14
39	4	3	4	3	4	3	3	24	3	4	3	3	4	17
40	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
41	4	3	3	3	4	3	3	23	4	4	4	3	3	18
42	4	3	3	3	3	3	3	22	4	3	3	3	4	17
43	3	3	3	2	2	2	4	19	3	3	3	4	4	17

44	3	3	3	3	2	2	3	19	3	2	2	2	4	13
45	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
46	3	3	3	3	3	3	4	22	3	4	4	3	4	18
47	3	3	3	3	2	2	4	20	3	4	3	3	4	17
48	4	4	3	2	3	3	3	22	3	3	3	3	4	16
49	3	3	3	3	3	4	4	23	3	2	3	3	3	14
50	2	3	2	3	2	3	3	18	3	3	3	3	3	15
51	4	3	2	2	2	2	3	18	3	3	4	3	3	16
52	3	3	3	4	3	3	3	22	3	3	3	3	3	15
53	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
54	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	3	18
56	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20
57	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
58	3	3	3	3	3	4	3	22	3	3	3	3	3	15
59	3	3	3	3	3	2	3	20	3	3	3	2	3	14
60	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	4	4	17
61	3	3	3	3	3	3	3	21	2	2	2	2	2	10
62	2	2	3	2	3	2	3	17	2	2	2	2	3	11
63	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
64	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
65	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
66	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
67	4	3	3	3	3	2	3	21	4	3	3	3	4	17
68	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
69	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	4	16
70	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
71	3	3	3	3	2	3	3	20	3	3	3	3	3	15
72	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
73	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20
74	3	3	4	4	3	3	3	23	3	3	3	2	2	13
75	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
76	3	2	4	4	4	3	3	23	2	4	3	4	3	16
77	2	1	3	3	3	4	2	18	2	3	1	3	4	13
78	2	3	4	4	4	4	4	25	4	4	3	3	4	18
79	4	4	1	3	3	3	2	20	2	3	3	3	4	15
80	4	4	1	3	3	3	2	20	2	3	3	3	4	15
81	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	20
82	4	4	3	2	3	4	4	24	4	4	4	4	4	20
83	3	4	2	2	3	3	3	20	3	4	3	3	3	16
84	3	3	3	3	3	2	3	20	3	3	3	3	3	15
85	3	3	4	3	2	3	3	21	3	3	2	3	3	14
86	3	3	4	3	4	3	4	24	4	2	4	3	3	16
87	3	3	3	3	2	3	3	20	3	4	3	3	3	16
88	3	3	3	4	3	2	4	22	4	2	3	3	3	15
89	3	3	3	3	3	3	4	22	3	4	4	3	3	17
90	4	3	4	3	4	4	3	25	3	4	3	3	3	16

91	4	3	3	2	3	2	4	21	3	4	3	3	4	17
92	3	3	3	3	4	3	4	23	3	3	3	3	4	16
93	3	3	3	3	4	4	4	24	3	4	3	3	3	16
94	3	3	3	3	3	4	4	23	3	3	3	3	3	15
95	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	15
96	3	3	3	3	3	3	3	21	2	2	2	3	3	12
97	3	2	3	3	3	2	3	19	3	2	2	2	2	11
98	4	3	3	3	2	3	4	22	3	3	2	3	4	15
99	4	3	2	3	3	3	4	22	3	4	3	2	4	16
100	4	3	3	3	2	3	4	22	4	3	3	3	4	17

LAMPIRAN 5

HASIL UJI KELAYAKAN INSTRUMEN

Hasil Uji Validitas Variabel X

		Correlations							
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	TotalX
X1	Pearson Correlation	1	,427*	,374*	,471**	,333	,404*	,074	,670**
	Sig. (2-tailed)		,019	,042	,009	,072	,027	,699	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	,427*	1	,303	,441*	,160	,121	,000	,478**
	Sig. (2-tailed)	,019		,104	,015	,399	,523	1,000	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	,374*	,303	1	,522**	,525**	,338	,178	,702**
	Sig. (2-tailed)	,042	,104		,003	,003	,068	,348	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	,471**	,441*	,522**	1	,533**	,496**	,202	,796**
	Sig. (2-tailed)	,009	,015	,003		,002	,005	,285	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	,333	,160	,525**	,533**	1	,312	,468**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,072	,399	,003	,002		,093	,009	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	,404*	,121	,338	,496**	,312	1	,084	,704**
	Sig. (2-tailed)	,027	,523	,068	,005	,093		,661	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	,074	,000	,178	,202	,468**	,084	1	,415*
	Sig. (2-tailed)	,699	1,000	,348	,285	,009	,661		,022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX	Pearson Correlation	,670**	,478**	,702**	,796**	,725**	,704**	,415*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000	,000	,000	,000	,022	
	N	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).

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TotalY
Y1	Pearson Correlation	1	,549**	,302	,373*	,576**	,758**
	Sig. (2-tailed)		,002	,105	,042	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,549**	1	,513**	,227	,314	,756**
	Sig. (2-tailed)	,002		,004	,229	,091	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,302	,513**	1	,364*	,460*	,753**
	Sig. (2-tailed)	,105	,004		,048	,010	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,373*	,227	,364*	1	,163	,641**
	Sig. (2-tailed)	,042	,229	,048		,390	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	,576**	,314	,460*	,163	1	,634**
	Sig. (2-tailed)	,001	,091	,010	,390		,000
	N	30	30	30	30	30	30
totally	Pearson Correlation	,758**	,756**	,753**	,641**	,634**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,748	7

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,740	5

LAMPIRAN 6

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,60014034
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,068
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

HASIL UJI T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,740	1,232		1,413	,161
	Instagram	,639	,057	,748	11,159	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

LAMPIRAN 7

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : RACHEL JOHANA LIPANO
 NO. MAHASISWA : 51610083
 JUDUL PENELITIAN : PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG VISITAN DI DE MATA TRICK EYE MUSEUM
 NAMA PEMBIMBING I : ALI HASAN, SE, MM
 NAMA PEMBIMBING II : HARY HERMAWAN, S.Pd, M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1.	28/1-20	Komposisi KB di Pustakarene. - Analisis buku - Sampul novel 30	[Signature]
		- uji kelayakan Wawancara dua Saja - wawancara - wawancara cara wawancara tipeket	[Signature]
2.	29-1-20	Komposisi KB	[Signature]

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	27/1-2020	Penulisan Latar Belakang	[Signature]
2	27/1-2020	Penulisan Bab II	[Signature]
3.	27/1-2020	tata penulisan Bab III	[Signature]
4	30/1-2020	Perbaiki pola Penulisan kalimat (SPOT)	[Signature]
5	7/2-2020	ACC	[Signature]
6	17/2-2020	penulisan Analisis dan pembahasan	[Signature]
7.	27/2-2020	Penulisan Abstrak	[Signature]
8	27/2-2020	ACC	[Signature]

LAMPIRAN 9

DOKUMENTASI PENULIS DI DE MATA TRICK EYE MUSEUM YOGYAKARTA



