

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA, LOKASI DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA
BUKIT AVATAR DI KECAMATAN BAJAWA
KABUPATEN NGADA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

**YASINTHA WO'A
2020410236**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2024**


LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : YASINTHA WO'A
Nim : 2020410236
**Judul : PENGARUH DAYA TARIK WISATA, LOKASI DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA
OBJEK WISATA BUKIT AVATAR DI KECAMATAN
BAJAWA KABUPATEN NGADA**

Ende, 13 September 2024

**Telah diuji dan di pertahankan di depan Dewan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores**

Pembimbing I



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

Pembimbing II



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 13 September 2024



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc
NIDN : 08 2609 7401



Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 08 1410 9101

Tim Penguji:

- | | | | |
|----|--|----|-------|
| 01 | <u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u>
NIDN. 08 2706 7101 | 1. | |
| 02 | <u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM</u>
NIDN. 08 3110 8301 | 2. | |
| 03 | <u>Santy Permata Sari, S.AB.,MM</u>
NIDN. 08 2906 9001 | 3. | |
| 04 | <u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u>
NIDN. 08 2507 7101 | 4. | |
| 05 | <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u>
NIDN. 08 1410 9101 | 5. | |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“PENGARUH DAYA TARIK WISATA, LOKASI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA BUKIT AVATAR DI KECAMATAN BAJAWA KABUPATEN NGADA”** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 13 September 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 13 September 2024
Yang Memberi Pernyataan



YASINTHA WO'A
2020410236

MOTTO

**"SAAT DOAMU BELUM TERKABUL, PERCAYALAH BAHWA TUHAN
SEDANG MEMPERSIAPKAN YANG TERBAIK UNTUKMU."**

MINTALAH MAKA AKAN DIBERIKAN KEPADAMU

CARILAH MAKA KAMU AKAN MENDAPAT

KETUKLAH MAKA PINTU AKAN DIBUKAKAN

(MATIUS 7:7)

BY :

YASINTHA

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha kuasa yang telah memberikan rahmat belimpah hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, maka dari lubuk hati yang paling dalam penulis mempersembahkan tulisan ini kepada.

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu memberikan rahmat dan karunia kepada penulis, sehingga penulis selalu di berikan kesabaran dalam menuliskan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku yang tercinta Bapak Marselinus Meo dan Almarhum Mama saya Waldetrudis Dede yang telah memberikan doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.
3. Bapak dan ibu dosen pembimbing yang selalu setia membimbing saya dalam menyelesaikan tulisan skripsi ini dengan penuh kesabaran dan perhatian.
4. Terimakasih kepada keempat kakak tersayang Teodorus Soba, Fatima Sada, Anastasia Wula, dan Markus Dena Wea yang dengan setia membantu serta memberikan dukungan kepada penulis.
5. Terimakasih juga kepada teman-teman seperjuangan saya Nani, Rotas, Ita, Lidya, Thres, Ryani, Tersan, Densi Petra yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, serta motivasi untuk saya.
6. Terimakasih untuk diri sendiri, karena telah berusaha keras dan mampu bertahan sampai sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa yang senantiasa memberikan rahmat serta kesempatan bagi kita untuk terus menghirup udaranya sehingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH DAYA TARIK WISATA, LOKASI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA BUKIT AVATAR DI KECAMATAN BAJAWA KABUPATEN NGADA”**. Yang merupakan tugas akhir dalam menyelesaikan studi dan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (SM), pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores. penulis menyadari bahwa dari awal mulai hingga akhir penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan kerja sama dari semua pihak yang terlibat dalam menyumbangkan waktu, gagasan dan tindakan nyata. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores.
2. Bapak Dr. Willibrodus Lanamana, SE, MMA Selaku Rektor Dan Para Wakil Rektor Universitas Flores.
3. Bapak Dr. Rafael Oktavianus Byre, SE.,M.Sc Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores dan Para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores.
4. Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

5. Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM sebagai Pembimbing I dan Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc sebagai Pembimbing II, yang selalu setia membimbing saya dalam menyelesaikan tulisan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Bapak Yohanes Sawu, SE selaku kepala Desa Beja dan Silvester Ajo Tape,S.Hut selaku kepala UPTD.KPH Wilayah Kabupaten Ngada dan Nagekeo yang telah membantu dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi bahan bagi rekan-rekan dalam menyusun skripsi.

Ende, Agustus 2024

Penulis

ABSTRAK

Yasinta Wo'a, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Sarjana. Pengaruh Daya Tarik Wisata, Lokasi Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada, Pembimbing 1 :Maria Endang Jamu, SE.,MM Pembimbing 2: Lambertus Langga, SE.,M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata, lokasi dan media sosial terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Bukit Avatar di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti ini adalah metode teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) daya tarik wisata memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,918 > 1,98609$) dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. (2) lokasi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,514 > 1,98609$) dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. (3) media sosial memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,438 > 1,98609$) dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$.

Kata kunci : *Daya tarik wisata, lokasi, media sosial, keputusan berkunjung, pariwisata.*

ABSTRACT

**Yasintha Wo'a Faculty of Economics and Business, Undergraduate Program.
The Influence of Tourist Attractions, Location and Social Media on the
Decision to Visit the Bukit Avatar Tourist Attraction in Bajawa District,
Ngada Regency, Supervisor 1: Maria Endang Jamu, SE.,MM Supervisor 2
Lambertus Langga, SE.,M.Sc**

This study aims to determine the influence of tourist attractions, location and social media on the decision to visit the Bukit Avatar tourist attraction in Bajawa District, Ngada Regency. This study uses an associative method with a quantitative approach. The sampling technique used by this researcher is the accidental sampling technique with a sample size of 96 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The results of the study indicate that: (1) tourist attractions have a positive and significant influence on the Decision to Visit the Bukit Avatar Tourist Attraction in Bajawa District, Ngada Regency. This is evidenced by the t count value > t table (5.918 > 1.98609) with a significant value of 0.000 > 0.05. (2) location has a positive and significant influence on the Decision to Visit the Bukit Avatar Tourist Attraction in Bajawa District, Ngada Regency. This is evidenced by the t count value > t table (6.514 > 1.98609) with a significant value of 0.000 > 0.05. (3) Social media has a positive and significant influence on the decision to visit the Avatar Hill tourist attraction in Bajawa District, Ngada Regency. This is proven by the calculated t value > t table (6.438 > 1.98609) with a significant value of 0.000 > 0.05.

Keywords: Tourist attractions, location, social media, visiting decisions, tourists

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Pemasaran Parawisata	9
2.1.3 Manajemen Pemasaran Pariwisata	10
2.1.4 Pengertian Daya Tarik	11

2.1.5 Lokasi	13
2.1.6 Media Sosial	14
2.1.7 Keputusan Berkunjung	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka pemikiran	20
2.4 Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Lokasi Penelitian	22
3.3 Populasi dan Sumber Data	22
3.3.1 Populasi	22
3.3.2 Sampel	23
3.4 Jenis Data	24
3.5 Sumber Data	25
3.6 Defenisi Operasional Variabel	25
3.7 Teknik Pengumpulan Data	26
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.9 Uji Asumsi Klasik	28
3.10 Metode Analisis Data	30
3.10.1 Analisis Linear Berganda	30
3.10.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)	31
3.11 Uji Hipotesis	31
3.11.1 Uji t (Parsial)	32
3.11.1 Uji F (Simultan)	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	33
4.1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
4.2 Hasil Penelitian	35
4.2.1 Deskripsi Responden	35
4.3 Uji Instrument Penelitian	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	41
4.4 Uji Asumsi Klasik	42
4.4.1 Uji Normalitas	42
4.4.2 Uji Multikolinearitas	43
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	45
4.5 Uji Hipotesis	45
4.5.1 Uji Hipotesis Pertama	45
4.5.2 Hipotesis Kedua	47
4.5.3 Hipotesis Ketiga	49
4.5.4 Uji F	51
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	52
4.6.1 Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar	52
4.6.2 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar	54
4.6.3 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar	55
4.6.4 Pengaruh Daya Tarik Wisata (X1), Lokasi (X2) Dan Media Sosia (X3) Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar	56

BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN- LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Domestik dan Mancanegara Januari 2022-Desember 2023	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel	25
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan media sosial yang paling sering digunakan	38
Tabel 4.4 Tabel Uji Validitas	39
Tabel 4.5 Tabel Uji Realibilitas	41
Tabel 4.6 Uji Normalitas	43
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas	44
Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas	45
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada	46
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada	47
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada	48
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada	49
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada	49

Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Bukit Avatar Di Kecamatan Bajawa Kabupaten Ngada	50
Tabel 4.15 Uji F	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Digram 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Digram 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	37
Digram 4.3 Data Responden Berdasarkan media sosial yang paling sering digunakan	39