

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, DAYA TARIK WISATA DAN CITRA
DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA
PEMANDIAN AIR PANAS AE OKA KECAMATAN DETUSOKO
KABUPATEN ENDE**

SKRIPSI

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



OLEH

**FULGENTIUS SALESTIN SIATOMBANGJO TUE
2021410515**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2025**

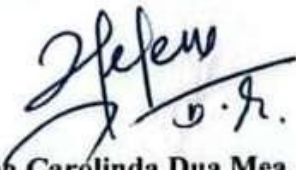
LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : FULGENTIUS SALESTIN SIATOMBANGJO TUE
Nim : 2021410515
**Judul : PENGARUH MEDIA SOSIAL, DAYA TARIK WISATA DAN
CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN PADA PEMANDIAN AIR PANAS AE OKA
KECAMATAN DETUSOKO KABUPATEN ENDE**

Ende, 27 Agustus 2025

**Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores**

Pembimbing I



Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM
NIDN : 0831108301

Pembimbing II



Santy Permata Sari, S.AB.,MM
NIDN. 0829069001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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 : Rabu

Tanggal : 27 Agustus 2025


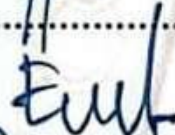



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u>
NIDN. 08 2507 7101 | 1. |
 |
| 02 | <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u>
NIDN. 08 1410 9101 | 2. |
 |
| 03 | <u>Gabriel Tanusi, SE.,M.Si</u>
NIDN. 08 2706 7101 | 3. |
 |
| 04 | <u>Stefanus Notan Tupen, S.Pd.,M.Si</u>
NIDN. 08 0412 6201 | 4. |
 |
| 05 | <u>Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM</u>
NIDN. 08 3110 8301 | 5. |
 |



UNIVERSITAS FLORES

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“Pengaruh Media Sosial, Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende”** dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 27 Agustus 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian hasil karya orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan, 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 penulis sebenarnya.

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. Bila kemudian terbukti bahwa 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, 27 Agustus 2025
Yang Memberi Pernyataan



Fulgentius Salestin Siatombangio Tue
2021410515

MOTTO

“Skripsi ini bukan ditulis dalam sunyi, tapi dalam pertempuran antara rasa ingin berhenti dan keyakinan bahwa wajib menyelesaikan apa yang telah ku mulai.”

(Fulgentius Salestin Siatombangjo Tue)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. **Kedua Orang Tua, Kakak dan Adik Tercinta** Bapak Darius Tue dan Mama Margaretha Ngelu Mbabo, kakak-ku tercinta Maria T. Elsa Albertini Tue dan adik-ku Yustinus Reynaldo Papo yang telah menjadi sumber inspirasi, dukungan, dan doa yang tak henti-hentinya, serta cinta kasih yang tiada tara sepanjang perjalanan hidupku. Tidak lupa juga (Alm) Bapak besar ku tercinta Urbanus egho, (Alm) Opa Gabriel Ano, (Alm) Oma Martha So'a dan (Alm) Nenek Martina Dhana Dhajo yang selalu memberikan semangat dan doa kepada saya semasa hidupnya.
2. **Keluarga**, yang selalu memberi semangat dan dorongan dalam menghadapi setiap tantangan serta memberikan kehangatan dalam setiap langkah.
3. **Teman-teman seperjuangan**, yang selalu hadir sebagai pendukung dan motivator, baik dalam masa suka maupun duka.
4. **Semua pihak** yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Dan yang terakhir, kepada diriku sendiri Fulgentius Salestin Siatomangjo Tue. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walau sering merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Media Sosial, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisata Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi pada tingkat pendidikan sarjana.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Flores.
2. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Flores.
3. Bapak Rafael Oktavianus Byre, S.E., M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Ibu Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S., MM dan Ibu Santy Permata Sari, S.AB.,MM selaku dosen pembimbing yang sabar dan telaten memberikan arahan serta masukan ber *Content Marketing* selama penyusunan skripsi ini.
6. seluruh Dosen dan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Flores yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.

Ende, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Fulgentius Salestin Siatombangjo Tue, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Sarjana. Pengaruh Media Sosial, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende, Pembimbing 1: Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S.,MM Pembimbing 2: Santy Permata Sari, S.AB.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial, Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti ini adalah metode teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 96 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Media Sosial memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,918 > 1,98609$) dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. (2) Daya Tarik Wisata memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,514 > 1,98609$) dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. (3) Citra Destinasi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,438 > 1,98609$) dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$.

Kata kunci: Media Sosial, Daya Tarik Wisata, Citra Destinasi, Minat Berkunjung, pariwisata.

ABSTRACT

Fulgentius Salestin Siatombangjo Tue, Faculty of Economics and Business, Undergraduate Program. *The Influence of Social Media, Tourist Attraction, and Destination Image on Tourist Visit Intention to Ae Oka Hot Spring in Detusoko District, Ende Regency.* Supervisor 1: Maria Carolinda Dua Mea, S.S.,MM Supervisor 2: Santy Permata Sari, S.AB.,MM

This study aims to determine the influence of Social Media, Tourist Attraction, and Destination Image on Tourist Visit Intention to Ae Oka Hot Spring located in Detusoko District, Ende Regency. The research employs an associative method with a quantitative approach. The sampling technique used is purposive sampling with a total sample size of 96 respondents. Data collection was carried out using a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The results of the study indicate that: (1) Social Media has a positive and significant influence on tourist visit intention to Ae Oka Hot Spring. This is evidenced by the $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($5.918 > 1.98609$) with a significance value of $0.000 < 0.05$. (2) Tourist Attraction has a positive and significant influence on tourist visit intention to Ae Oka Hot Spring. This is evidenced by the $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($6.514 > 1.98609$) with a significance value of $0.000 < 0.05$. (3) Destination Image has a positive and significant influence on tourist visit intention to Ae Oka Hot Spring. This is evidenced by the $t\text{-value} > t\text{-table}$ ($6.438 > 1.98609$) with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Social Media, Tourist Attraction, Destination Image, Visit Intention, Tourism.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Media Sosial.....	11
2.1.1.1 Pengertian Media Sosial.....	11
2.1.1.2 Manfaat dan Tujuan Promosi Media Sosial	12
2.1.1.3 Indikator Media Sosial	13
2.1.2 Daya Tarik Wisata.....	14
2.1.2.1 Pengertian Daya Tarik Wisata.....	14

2.1.2.2 Indikator Daya Tarik Wisata	15
2.1.3 Citra Destinasi	15
2.1.3.1 Pengertian Citra Destinasi	15
2.1.3.2 Indikator Citra Destinasi	16
2.1.4 Minat Berkunjung	16
2.1.4.1 Pengertian minat Berkunjung	16
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung	17
2.1.4.3 Indikator Minat Berkunjung	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Penelitian	21
2.4 Hipotesis	21
2.4.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan	21
2.4.2 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung	22
2.4.3 Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Lokasi Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	26
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5 Jenis Dan Sumber Data	29
3.5.1 Jenis Data	29
3.5.2 Sumber Data	29

3.6 Teknik pengumpulan Data Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah:	30
3.7 Metode Analisis Data.....	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1 Uji Validitas	31
3.8.2 Uji Reliabilitas	32
3.8 Uji Regresi Linear Berganda.....	33
3.10 Korelasi	34
3.11 Uji Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Deskripsi Responden.....	39
4.3 Uji Instrument Penelitian	43
4.3.1 Uji Validitas	44
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.1 Uji Normalitas.....	47
4.4.2 Uji Multikolinearitas	48
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.6 Uji Hipotesis	51
4.6.1 Uji Hipotesis Pertama.....	52
4.6.2 Hipotesis Kedua	54
4.6.3 Hipotesis Ketiga	55
4.6.4 Uji F	57
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	58

4.7.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	58
4.7.2 Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	60
4.7.3 Pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	62
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Wisatawan Di Pemandian Air Panas “Ae Oka” Detusoko Kabupaten Ende (2020-2024)	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Definisi Operasional variabel.....	28
Tabel 3. 2 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan.....	42
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel 4.5 Tabel Uji Validitas	44
Tabel 4.6 Tabel Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas.....	48
Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	52
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	53
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	54

Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	55
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	56
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Pemandian Air Panas Ae Oka Kecamatan Detusoko Kabupaten Ende	57
Tabel 4.18 Uji F	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tempat Wisata Pemandian air panas Ae Oka Detusoko.....	5
Gambar 1.2 Hasil tangkapan layar semua akun media sosial yang di buat oleh pengunjung	6
Gambar 1.2 Wawancara dengan Kabid Citra Destinasi di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Ende.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	21
Digram 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Digram 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	42
Digram 4.3 Data Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan.....	43
Digram 4.3. Kenis Pekerjaan	45