

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN
KE DESTINASI WISATA BUKIT LANGKISAU**

SKRIPSI



ZITNY ILMAN NAFIA

NIM. 17135068/2017

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN

JURUSAN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN
KE DESTINASI WISATA BUKIT LANGKISAU**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sains
Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



ZITNY ILMAN NAFIA

NIM. 17135068/2017

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN

JURUSAN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

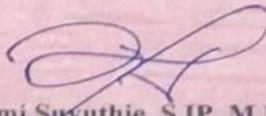
PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG
WISATAWAN KE DESTINASI WISATA BUKIT LANGKISAU

Nama : Zitny Ilman Nafia
NIM/BP : 17135068 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Juni 2022

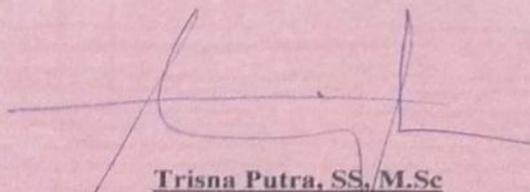
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Hijriyantomi Suryuthie, S.IP, M.M
NIP. 19780903 201012 1001

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata
Fakultas Pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjung Ulang
Wisatawan Ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau
Nama : Zitsy Hman Nafia
NIM/BP : 17135068 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

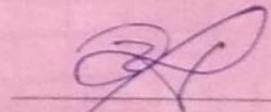
Tim Penguji

Padang, Juni 2022

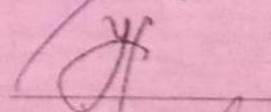
Nama

Tanda Tangan

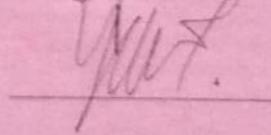
1. Ketua : Hijriyantomi Suyuthie, SIP, MM

1. 

2. Anggota : Dr. Yuliana, SP, M.Si

2. 

3. Anggota : Yaumil Abrian, S.E, M.M

3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : kkunp.info@gmail.com

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Zitny Ilman Nafia
NIM/TM : 17135068 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,
Ketua Jurusan Pariwisata

Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,

Zitny Ilman Nafia
NIM. 17135068

ABSTRAK

Zitny Ilman Nafia, 2022 : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjung Ulang wisatawan Ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau. Skripsi. Program Studi D4 Perhotelan. Jurusan Paiwisata. Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan. Universitas Negeri Padang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket atau kuesioner yang diberikan kepada 97 responden atau wisatawan yang pernah mengunjungi Destinasi Wisata Bukit Langkisau. Teknik analisis data menggunakan bantuan program SPSS versi 23.00, uji persyaratan yang dilakukan adalah uji normalitas, uji homogenitas dan uji linearitas. Uji hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi, uji regresi linear sederhana dan uji t. Hasil estimasi tersebut disajikan dalam bentuk tabel. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui promosi yang dilakukan di Destinasi Wisata Bukit Langkisau, mengetahui minat kunjung ulang wisatawan ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau, Menganalisis pengaruh promosi terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut : (1) berdasarkan karakter responden mayoritas pengunjung adalah perempuan berumur 21-30 tahun, bekerja sebagai mahasiswa, berkunjung 2-5 kali dan media promosi yang dilihat adalah media sosial. (2) berdasarkan data variabel minat kunjung ulang didapatkan bahwa dari 97 responden minat kunjung ulang menunjukkan kategori baik dengan persentase 49,5% dan variabel promosi didapatkan bahwa dari 97 responden promosi menunjukkan kategori baik dengan persentase 45,4%. (3) Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linear sederhana diperoleh hasil koefisien regresi linear sebesar 0,813 yang artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan promosi akan meningkatkan 0,813 satuan minat kunjung ulang, sedangkan berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,619 hal ini berarti variabel promosi berpengaruh sebesar 61,9% terhadap minat kunjung ulang ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau dan 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Pengaruh Promosi, Minat Kunjung Ulang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah *SWT* yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau”**. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan pada Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, Ph.D selaku dekan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak H. Trisna Putra, SS, M.Sc selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Hijriantomi Suyuthie, S.IP.M.M selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran serta memotivasi untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Yuliana, SP, M.Si dan bapak Youmil abrian, SE, M.M selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan banyak saran dan dukungan.
5. *Staff* administrasi yang telah membantu penulis dalam melengkapi surat-surat yang diperlukan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Hadi Susilo, SSTP, M.Si selaku Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Pesisir Selatan.

7. Bapak Yohendro Nasti, SSTP, MM selaku Kepala Bidang Pariwisata.
8. Bapak Ibu Staff dan tenaga honorer Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Pesisir selatan.
9. Orang Tua dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberi dukungan moril dan materil selama kuliah dan dalam proses penulisan skripsi ini.
10. Rekan-rekan sebaya dan seperjuangan dan semua pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas dorongan dan semangatnya baik selama kuliah maupun selama penulisan skripsi ini.

Mudah-mudahan laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Padang, Juni 2022

Penulis

Zitny Ilman Nafia

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Aspek-Aspek Teoritis	10
B. Kerangka Konseptual	21
C. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	23
B. Variabel Penelitian	23
C. Defenisi Operasional	24
D. Populasi dan Sampel.....	24
E. Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Instumen Penelitian	27
G. Uji Coba Instrumen	30
H. Teknik Analisis Data	34
I. Uji Persyaatan Analisis.....	35
J. Pengujian Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Karakter Responden	39

B. Deskripsi Data	41
C. Uji Persyaratan Analisis	61
D. Pengujian Hipotesis	64
E. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Booklet dan Leaflet Destinasi Wisata Pesisir Selatan.....	4
Gambar 2. Kerangka Konseptual.....	21

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian	28
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas	32
Tabel 3.3. Uji Validitas.....	32
Tabel 3.4. Interpretasi nilai r (Alpha Cronbach)	33
Tabel 3.5. Reliabilitas variabel X dan Y	34
Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Umur Responden	40
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden	40
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Jumlah Berkunjung Responden	41
Tabel 4.5. Distribusi Media Promosi Yang Dilihat Responden	41
Tabel 4.6. Deskripsi Data Total Variabel Minat Kunjung Ulang.....	42
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Kunjung Ulang	43
Tabel 4.8. Data Hasil Perhitungan Statistik Menjadi Tempat Prioritas Untuk Liburan	44
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Indikator Menjadi Tempat Prioritas Untuk Liburan	45
Tabel 4.10. Data Hasil Perhitungan Statistik Mencari Informasi Terbaru Mengenai Tempat Wisata	46
Tabel 4.11. Distribusi Fekuensi Indikator Mencari Informasi Terbaru Mengenai Tempat Wisata.....	47
Tabel 4.12. Data Hasil Perhitungan Statistik Bersedia Menceritakan Pengalaman.....	48
Tabel 4.13. Distribusi Fekuensi Indikator Bersedia Menceritakan Pengalaman.....	49
Tabel 4.14. Data Hasil Perhitungan Statistik Mengatakan Hal-Hal Positif.....	50
Tabel 4.15. Distribusi Fekuensi Indikator Mengatakan Hal-Hal Positif.....	51
Tabel 4.16. Deskripsi Data Total Variabel Promosi.....	52
Tabel 4.17. Distribusi Frekuensi Variabel Promosi	53
Tabel 4.18. Data Hasil Perhitungan Statistik Pesan Promosi	54
Tabel 4.19. Distribusi Fekuensi Indikator Pesan Promosi.....	55

Tabel 4.20. Data Hasil Perhitungan Statistik Media Promosi	56
Tabel 4.21. Distribusi Fekkuensi Indikator Media Promosi.....	56
Tabel 4.22. Data Hasil Perhitungan Statistik Waktu Promosi.....	58
Tabel 4.23. Distribusi Fekkuensi Indikator Waktu Promosi	58
Tabel 4.24. Data Hasil Perhitungan Statistik Frekuensi Promosi.....	60
Tabel 4.25. Distribusi Frekuensi Indikator Frekuensi Promosi	60
Tabel 4.26. Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.27. Data Uji Homogenitas	63
Tabel 4.28. Data Uji Linearitas	64
Tabel 4.29. Data Uji Regresi Linear Sederhana	65
Tabel 4.30. Data Uji Koefisien Determinasi	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan industri yang tidak memproduksi barang melainkan hanya memasarkan objek daya tarik wisata yang telah ada disetiap daerah dan menyertakan pelayanan terbaik sebagai fasilitas penunjang kepada berbagai kelas masyarakat, industri ini membentuk sebuah kombinasi dari berbagai industri lain seperti perdagangan, industri makanan, transportasi dan industri perhotelan sebagai akomodasinya.

Pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar di Indonesia dan pada saat ini menjadi sektor penggerak roda perekonomian. hal ini terbukti dari banyaknya devisa yang didapatkan Indonesia dari sektor pariwisata, seperti pada tahun 2016 mencapai 11,206 Miliar USD, tahun 2017 meningkat mencapai 13,139 Miliar USD, pada tahun 2018 meningkat menjadi 16,426 Miliar USD (BPS.go.id 2020). Pariwisata Indonesia menduduki peringkat ke-47 dunia pada tahun 2018 pada saat sebelum pandemi Covid-19, sedangkan pada tahun sebelumnya hanya menduduki peringkat ke-100. Berdasarkan angka tersebut maka perekonomian Indonesia akan didominasi oleh sektor pariwisata sebagai penerima devisa dan akan menyerap banyak investasi di Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Ayat 3 “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah”. Sedangkan menurut Yoeti (1996:118) dalam Hidayat dkk (2017:202), “Pariwisata

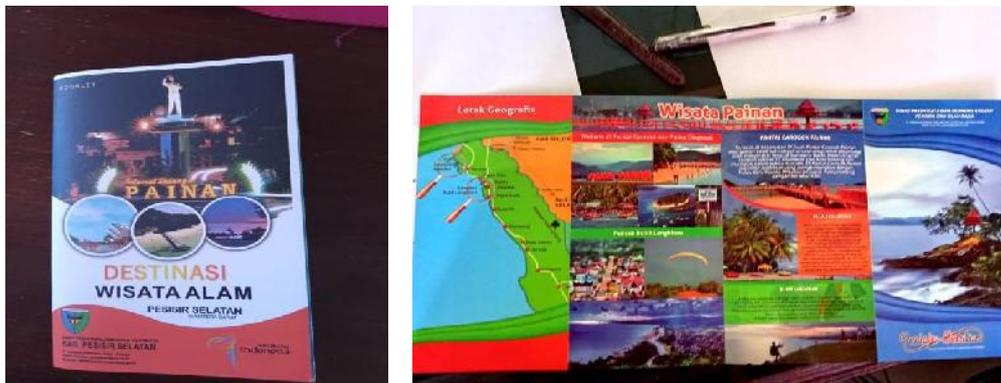
adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam”.

Dalam usaha menarik Minat Wisatawan diperlukan penanganan yang profesional atas sektor pariwisata terutama tentang produk wisata yang berhubungan dengan kepuasan wisatawan. Menurut Yoeti (2006) dalam Ajeng Fitri Nurlestari (2016) mengatakan dalam pemasaran pariwisata ada tiga unsur utama yang menjadi objek penawaran, yaitu : (1) daya tarik wisata, termasuk didalamnya pariwisata yang bersumber dari alam (*natural and cultural based tourkism*), (2) fasilitas yang dimiliki objek wisata meliputi akomodasi, industri makanan, parkir, area rekreasi, dan (3) kemudahan dalam mencapai objek tujuan wisata tersebut.

Menurut Putu Agung (2015) dalam Elvi Oktariani (2019:395), indikator minat berkunjung kembali yaitu menjadi tempat prioritas untuk liburan, mencari informasi terbaru mengenai tempat wisata tersebut, bersedia menceritakan pengalaman, dan mengatakan hal-hal yang positif. Menurut Dhiajeng Dwi Suryani (2017 : 28) ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang, yaitu kualitas pelayanan, citra destinasi, daya tarik wisata dan promosi.

Menurut Agus Hermawan (2012:38), pengertian promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian.

Berdasarkan wawancara langsung yang penulis lakukan dengan Kasi Pemasaran Kegiatan promosi dilakukan untuk memberikan informasi mengenai potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Pesisir Selatan khususnya Destinasi Wisata Bukit Langkisau sehingga meningkatkan minat kunjung dan juga minat kunjung ulang wisatawan. Target dari promosi adalah untuk meningkatkan minat kunjung wisatawan domestik dan mancanegara. Promosi pariwisata dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial, event, dan penyebaran informasi lain dengan cara menyebarkan Booklet ke berbagai fasilitas pariwisata seperti hotel, bandara, *tour and travel*, dan fasilitas lainnya. Kurang efektifnya promosi wisata mengakibatkan kurangnya pengetahuan wisatawan terhadap potensi yang dimiliki oleh Destinasi Wisata Bukit Langkisau sehingga berimbas kepada minimnya pengunjung. Berikut adalah booklet dan leaflet yang dimiliki Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan yang berguna untuk kegiatan promosi.



Gambar 1.
Booklet dan Leaflet Destinasi Wisata Pesisir Selatan
(sumber: Disarpورا Pessel)

Berdasarkan pra penelitian yang penulis lakukan terhadap 10 responden yang pernah mengunjungi Objek Wisata Bukit Langkisau, 40% mengatakan

merekomendasikan objek wisata Bukit Langkisau untuk dikunjungi kembali, 60% mengatakan tidak merekomendasikan. 20% menjawab objek wisata Bukit Langkisau menjadi tempat prioritas untuk dikunjungi, 80% lainnya mengatakan tidak prioritas. 80% menjawab bersedia untuk menceritakan pengalamannya kepada orang lain sedangkan 20% lainnya tidak bersedia. 50% menjawab bersedia untuk menceritakan hal-hal positif mengenai Bukit Langkisau, 50% lainnya mengatakan tidak bersedia. 40% mengatakan bersedia untuk mengajak berkunjung, 40% lainnya mengatakan tidak bersedia. 40% mengetahui Bukit Langkisau dari sosial media, 60% lainnya mengatakan bukan dari sosial media. 20% mengatakan terpengaruh dari sosial media untuk mengunjungi ulang Bukit Langkisau, sedangkan 80% lainnya mengatakan tidak. 60% mengatakan promosi harus dilakukan secara berkala, 40% lainnya mengatakan tidak. 40% mengatakan promosi dilakukan dengan memposting lebih dari 1 konten setiap bulannya, 60% mengatakan tidak.

Berdasarkan hasil pra penelitian diatas, apabila Destinasi Wisata Bukit Langkisau tidak di promosikan dengan baik, tidak memiliki media yang tepat, dan tidak dilakukan secara rutin dan berkala maka minat kunjung ulang wisatawan sangat kecil. Sehingga perlunya dilakukan promosi Destinasi Wisata Bukit Langkisau agar terjadinya *revisit intention*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul : **PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG WISATAWAN KE DESTINASI WISATA BUKIT LANGKISAU.**

B. Identifikasi Masalah

1. Mayoritas pengunjung destinasi wisata Bukit Langkisau menyatakan Destinasi Wisata Bukit Langkisau tidak menjadi prioritas.
2. Masih terdapat beberapa orang yang tidak bersedia untuk menceritakan pengalamannya kepada keluarga dan teman-temannya.
3. Terdapat beberapa orang tidak menceritakan hal-hal positif setelah mengunjungi destinasi wisata Bukit Langkisau.
4. Mayoritas pengunjung tidak merekomendasikan destinasi wisata Bukit Langkisau untuk dikunjungi kembali.
5. Mayoritas pengunjung tidak bersedia untuk mengajak keluarga dan teman-temannya untuk berkunjung kembali.
6. Sebagian pengunjung mengetahui informasi mengenai destinasi wisata Bukit Langkisau tidak dari sosial media maupun event.
7. Terdapat sebagian besar pengunjung yang diwawancara mengatakan promosi harus dilakukan secara berkala sedangkan pada sosial media Instagram Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan tidak melakukan secara berkala.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Promosi Destinasi Wisata Bukit Langkisau
2. Minat kunjung ulang wisatawan ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau
3. Pengaruh promosi terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana promosi yang dilakukan di Destinasi Wisata Bukit Langkisau?
2. Bagaimana minat kunjung ulang wisatawan ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau?

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke Objek Wisata Bukit Langkisau .

2. Tujuan Khusus

- a. Mengetahui promosi yang dilakukan di Destinasi Wisata Bukit Langkisau.
- b. Mengetahui minat kunjung ulang wisatawan ke Objek Wisata Bukit Langkisau.
- c. Menganalisis pengaruh promosi terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke Objek Wisata Bukit Langkisau.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai saran dan pertimbangan bagi pihak Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pesisir Selatan mengenai pengaruh promosi terhadap minat kunjung ulang wisatawan ke Destinasi Wisata Bukit Langkisau. Sehingga Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dapat meningkatkan kegiatan promosi untuk mempengaruhi wisatawan agar minat kunjung ulang wisatawan meningkat.

2. Manfaat bagi jurusan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak terkait dan juga bisa dijadikan sebagai referensi tambahan dalam bahan pembelajaran.

3. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan penulis di bidang pariwisata khususnya mengenai promosi pariwisata melalui media sosial.

4. Manfaat bagi peneliti lain

Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti untuk peneliti lain adalah:

- a. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang pariwisata.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti untuk dijadikan penelitian lanjutan.