

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT KUNJUNGAN DI PUNCAK PATO LINTAU BUO KABUPATEN  
TANAH DATAR**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Sain Terapan (S.ST) Universitas Negeri Padang*



:

**HARIS HARIADI MARZA**

**NIM : 18135112**

**PRODI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
DEPARTEMEN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT KUNJUNGAN DI PUNCAK PATO LINTAU BUO KABUPATEN  
TANAH DATAR**

Nama : Haris Hariadi Marza  
NIM/BP : 18135112/2018  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

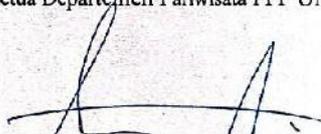
Disetujui Oleh:

Pembimbing



**Feri Ferdian S.ST, M.M, Ph.D, CHE**  
NIP. 199202262020121012

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



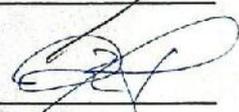
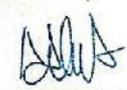
**Trisna Putra, SS, M.Sc**  
NIP. 19761223 199803 1001

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

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

Judul : Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap  
Minat Kunjungan Wisatawan Di Puncak Pato Lintau Buo  
Kabupaten Tanah Datar  
Name : Haris Hariadi Marza  
NIM/BP : 18135112/2018  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Departemen : Pariwisata  
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Agustus 2023

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Feri Ferdian ,S.ST.M.M,Ph.D.CHE	1. 
2. Anggota : Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, M.M	2. 
3. Anggota : Nidia wulansari, SE, M.M	3. 

## ABSTRAK

Haris Hariadi Marza,18135112

### **“Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Puncak Pato Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar”**

Penelitian ini di latarbelakangi oleh penemuan masalah terkait dengan promosi media sosial dan minat kunjungan di Puncak Pato Lintau Buo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjungan wisatawan di Puncak Pato Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dalam bentuk assosiatif kausal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan komunikasi tidak langsung melalui penyebaran kuisisioner atau angket. Kuisisioner tersebut berupa pertanyaan tertutup yang diberikan kepada responden secara langsung, yang validitas dan reliabilitasnya diuji dengan skala likert. Data untuk penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 25.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi media sosial berada pada kategori baik sebesar 77,43%. Selain itu variabel minat kunjungan berada pada kategori baik sebesar 76,56%. Pengaruh promosi (X) dan minat kunjungan (Y) dengan peringkat 40%%diperoleh nilai R square sebesar 0.606, artinya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan tamu sebesar 60,6%. Selain itu, hasil analisis regresi linier sederhana menghasilkan nilai F hitung sebesar 11,601 sig. 0,000<; 0,05, artinya variabel mode berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu, dan nilai t sebesar 3,406 dengan sig. 0,000< 0,05.

**Kata kunci: Promosi, media sosial, minat kunjungan**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Di Puncak Pato Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar”** tepat pada waktunya.

Proposal skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST) Prodi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Periwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Hambatan-hambatan baik dalam penulisan maupun penyusunan proposal ini banyak penulis temui, tetapi berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, melalui proposal ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dra. Asmar Yulastri M.Pd.,Ph.D., selaku Dekan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc., selaku Ketua Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan.
3. Bapak Youmil Abrian S.E.,M,M selaku Dosen Penasehat Akademik
4. Bapak Feri Ferdian ,S.ST.M.M,Ph.D.CHE selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.IP, M.M selaku Dosen Penguji 1
6. Ibu Nidia Wulansari, SE, M.M selaku Dosen Penguji 2

7. Seluruh dosen, tenaga administrasi dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Univerwsitas Negeri Padang.
8. Seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
9. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.

Penulis menyadari proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritikan dan saran sangat diperlukan untuk perbaikan proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca khususnya.

Padang, 21 Januari 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB 1.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. .Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>KAJIAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. Konsep Teoritis .....	11
1. <b>Promisi</b> .....	11
2. <b>Media Sosial</b> .....	13
3. <b>Minat Kunjungan</b> .....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	17
C. Kerangka Berfikir.....	18
D. Hipotesis.....	19
<b>BAB III.....</b>	<b>20</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	20
C. Variable Penelitian .....	20
D. Operasional variabel.....	21
E. Populasi dan Sample Penelitian .....	22
1. <b>Populasi penelitian</b> .....	22
2. <b>Sample Penelitian</b> .....	22

F. Jenis dan Teknik pengumpulan data .....	23
<b>1. Jenis Data</b> .....	23
<b>2. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	24
G. Instrument Penelitian .....	24
H. Uji Coba Instrumen .....	26
<b>1. Uji Validitas</b> .....	26
<b>2. Uji Reliabilitas</b> .....	27
I. Teknik Analisis Data .....	29
<b>1. Tabulasi Data</b> .....	29
<b>2. Deskripsi Data</b> .....	29
J. Uji Persyaratan Analisis .....	30
<b>1. Uji Normalitas</b> .....	31
<b>2. Uji Homogenitas</b> .....	31
<b>3. Uji Linearitas</b> .....	31
K. Pengujian Hipotesis .....	32
<b>1. Uji regresi linear sederhana</b> .....	32
<b>2. Koefisien determinasi</b> .....	33
<b>BAB IV</b> .....	<b>34</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>34</b>
A. Hasil Penelitian .....	34
<b>1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden</b> .....	34
<b>2. Dekripsi Data</b> .....	35
B. Pembahasan .....	59
<b>BAB V</b> .....	<b>63</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>63</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4 1.Karakteristik Responden jenis kelamin .....	34
Tabel 4 2. karakteristik berdasarkan pengguna aktif Instagram .....	35
Tabel 4 3. statistic variabel promosi media sosial .....	36
Tabel 4 4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel promosi media sosial .....	37
Tabel 4 5. Indikator jangkauan promosi .....	38
Tabel 4 6. Rekapitulasi Tanggapan Responden indikator jangkauan promosi .....	39
Tabel 4 7. Indikator daya tarik promosi.....	40
Tabel 4 8. Rekapitulasi Tanggapan Responden indikator daya tarik promosi .....	41
Tabel 4 9. Indikator kualitas penyampaian pesan .....	42
Tabel 4 10. Rekapitulasi Tanggapan Responden indikator kualitas penyampaian pesan .....	43
Tabel 4 11. Indikator kuantitas penayangan iklan di media sosial.....	44
Tabel 4 12. Rekapitulasi Tanggapan Responden kuantitas penayangan iklan di media sosial.....	45
Tabel 4 13. Indikator minat transaksional .....	47
Tabel 4 14. Rekapitulasi Tanggapan Responden minat transaksional .....	48
Tabel 4 15. Indikator minat referensial .....	49
Tabel 4 16.Rekapitulasi Tanggapan Responden minat referensial.....	49
Tabel 4 17. Indikator minat prefensial.....	51
Tabel 4 18. Rekapitulasi Tanggapan Responden minat prefensial .....	52
Tabel 4 19. Indikator minat eksploratif.....	53
Tabel 4 20. Rekapitulasi Tanggapan Responden minat eksploratif.....	53
Tabel 4 21. uji Normalitas .....	55
Tabel 4 22. Uji Homogenitas .....	56
Tabel 4 23. Uji Linearitas .....	56
Tabel 4 24. Nilai Signifikansi .....	57

<b>Tabel 4 25. Koefisien Regresi Variabel X terhadap Y .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4 26. Koefisien Determinasi .....</b>	<b>59</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 1 kuantitas penayangan Puncak Pato.....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 2. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>19</b>

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. .Latar Belakang**

Pariwisata merupakan hal yang sangat penting bagi suatu negara dengan adanya pariwisata, maka suatu negara atau lebih khususnya dipemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Menurut (Sendi, 2020) Istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata atau tour yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara seseorang, keluar tempat tinggalnya sehari-hari bersifat sementara dengan suatu alasan apa pun kecuali melakukan kegiatan yang bias menghasilkan upah atau gaji. Menurut (Zaqi & Arief, 2020) menyatakan pariwisata merupakan seluruh kegiatan, fasilitas dan pelayanan yang diakibatkan oleh adanya perpindahan perjalanan sementara dari seseorang ke luar dari tempat tinggalnya, serta tinggal dalam waktu singkat di tempat tujuan dari perjalanan, untuk tujuan bersenang-senang dan berlibur.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang baik adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat yang dikenal sebagai bumi Minangkabau adalah provinsi yang memiliki potensi alam yang masih memperlihatkan keaslian potensi budaya dan sejarahnya baik sejarah Minangkabau maupun dilihat dari objek alam, buatan, dan budaya cukup tersedia. Masih banyak objek wisata lain di Sumatra Barat baik yang dilaksanakan oleh pemma maupun masyarakat yang bertujuan untuk kegiatan

kepariwisataan ada di Tanah Datar yaitu Kecamatan Lintau Buo Utara termasuk dalam salah satu pariwisata yang sangat menarik keindahan alamnya.

Kabupaten Tanah Datar merupakan Daerah Tingkat II di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki objek wisata yang sangat menarik dan memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan sebagai daerah objek wisata, baik wisata alam, wisata sejarah maupun wisata budaya. Contoh tempat wisata yang menarik di kabupaten tanah datar yaitu istana pagaruyung, nagari tuo pariangan, lembah anai, danau singkarak, panorama tabek pateh dan termasuk Panorama puncak pato. (Nagari batu bulek).

Kabupaten Tanah Datar perlu dikembangkan karena merupakan panorama alam yang indah dan sejuk karena terletak di daerah perbukitan dan pegunungan. Sejauh ini sudah ada terdapat sejumlah tulisan tentang objek wisata panorama Puncak Pato, namun belum ada kajian yang mendalam tentang pengaruh promosi terhadap minat kunjung wisatawan di Puncak Pato. Sehingga penulis tertarik untuk menganalisis dan mengkajinya lebih dalam lagi mengenai panorama puncak pato ini.

Melihat banyak nya objek wisata di Kabupaten Tanah Datar. Pengelola Puncak Pato harus mampu melakukan promosi yang unik. Hal ini akan memunculkan peluang minat wisatawan untuk berkunjung. minat kunjungan adalah rasa keinginan seseorang untuk datang ke suatu wisata(Nurbaeti, 2020). Minat kunjungan harus di dukung dengan adanya promosi yang dilakukan. Promosi adalah suatu cara yang dilakukan dari

penjual ke pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah keinginan pembeli, yang tadinya tidak tahu menjadi tahu sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2021)”. Menurut Kotler dan Keller (2009: 242) terdapat dua faktor eksternal yang mempengaruhi minat beli tergantung pada dua hal ini sikap orang lain yang berpengaruh pada minat beli tergantung pada dua hal, yaitu besarnya pengaruh sikap negatif seseorang terhadap alternative yang diminati oleh konsumen, serta motivasi konsumen untuk terpengaruh dengan orang lain yang berhubungan dengan minat pembeliannya. Kedua, situasi yang tidak terinspirasi, merupakan situasi yang tiba-tiba muncul dan secara tidak langsung dapat merubah minat beli konsumen. Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Albarq (2014: 14) yang menyatakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembelian konsumen

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan penulis ke objek wisata Puncak Pato, penulis melakukan wawancara dengan pokdarwis, ketua pokdarwis mengatakan bahwa Terdapatnya ketidakstabilan jumlah pengunjung ke Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar. Hal tersebut dapat dilihat dari data pengunjung di Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar sebagai berikut:

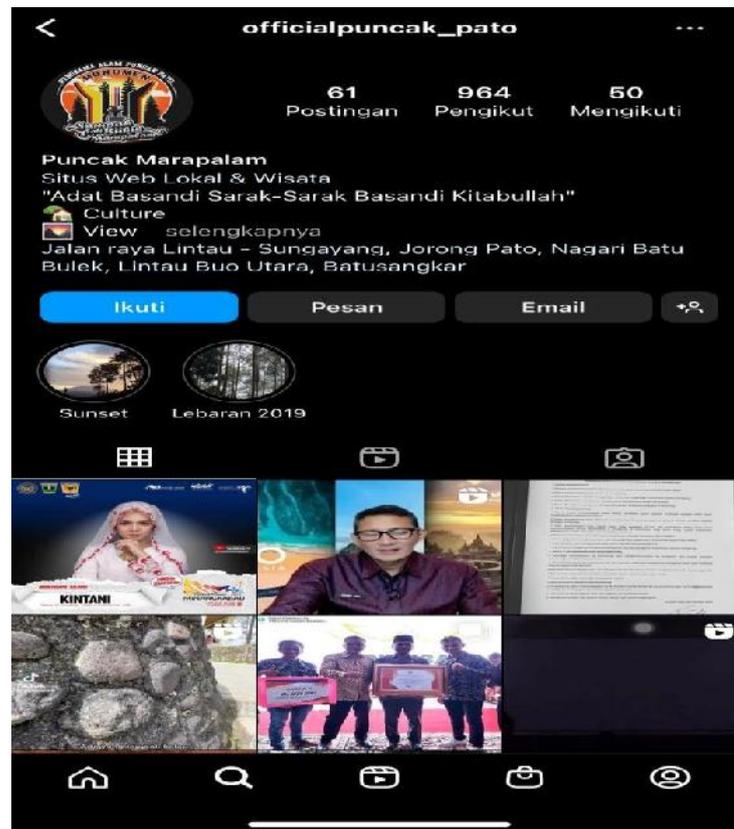
**Table 1.1. Daftar Pengunjung Puncak Pato**

Tahun	Data pengunjung	Satuan
2017	27,924.00	Orang
2018	33,743.00	Orang
2019	27,358.00	Orang
2020	33,908.00	Orang
2021	16,138.00	Orang

*Sumber: Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Tanah Datar*

Berdasarkan dari data diatas dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2017 - 2021 terjadi kenaikan dan penurunan tingkat kunjungan wisatawan ke Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar. Terdapat peningkatan di tahun 2018 dan 2020. Sedangkan penurunan terjadi pada tahun 2019 dan 2021. Oleh karena itu, promosi media sosial perlu dilakukan secara tepat, agar pengunjung menerima promosi dengan meningkatkan minat berkunjung.

Panorama Puncak Pato dikembangkan dengan melakukan promosi yang serius sehingga dapat dikenal lebih luas. Keindah dari Puncak Pato dapat menarik seseorang yang datang berkunjung ke objek tersebut, sehingga perlu ada eksplorasi keindahan Puncak Pato melalui media sosial Instagram agar dikenal lebih luas. Dapat dilihat dari akun Instagram officialpuncak\_pato sebagai berikut:



***Gambar 1. Profil Akun Instagram Puncak Pato***

Berdasarkan wawancara penulis dengan beberapa orang yang pernah melihat promosi Puncak Pato pada promosi media sosial Instagram official Puncak Pato. Ditemukan bahwa ,70% dari 10 responden menyatakan bahwa mereka tidak tertarik untuk datang kesana dan tidak ingin mencari tahu lebih dalam tentang Puncak Pato.

Masalah lain yang penulis temui bahwa yang diwawancarai mengemukakan bahwa promosi media sosial yang dimuat pada Instagram



official Puncak Pato tidak menarik dan konten yang dibuat tidak kreatif. Beberapa orang juga mengemukakan bahwa kuantitas penayangan promosi tidak teratur. Hal ini dapat di lihat dari waktu penayang iklan promosi pada instagram official Puncak Pato yang tidak konsisten sebagai berikut:

### ***Gambar 2 kuantitas penayangan Puncak Pato***

Berdasarkan uraian diatas, penulis melihat jika kondisi ini tidak mendapat penanganan yang tepat tentunya akan berdampak buruk bagi pengelola Puncak Pato itu sendiri. Oleh sebab itu penulis memiliki pemikiran untuk melakukan penelitian guna melihat bagaimana pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjung wisatawan yang di tuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Kunjungan Di Puncak Pato Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar “**



**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis buat diatas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Kurangnya minat kunjungan ke Puncak Pato oleh beberapa orang yang pernah melihat promosi di Instagram official Puncak Pato.
2. Kuantitas penayangan promosi tidak teratur.
3. Konten yang dimuat di Instagram official Puncak Pato tidak kekinian dan membosankan.

**C. Batasan masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah penelitian yang fokus mengkaji mengenai pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjung wisatawan di Puncak Pato Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar.

**D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada batasan masalah di atas maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana promosi media sosial instagram di Puncak Pato?
2. Bagaimana minat kunjungan di Puncak Pato?
3. Bagaimanakah pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap minat kunjungan wisatawan di Puncak Pato Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar?

**E. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjung wisatawan di Puncak Pato Lintau Buo Kabupaten Tanah Datar.

## 2. Tujuan Khusus

- a) Mendeskripsikan promosi media sosial di Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar.
- b) Mendeskripsikan minat kunjungan wisatawan di Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar.
- c) Menganalisis pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjungan wisatawan di Puncak Pato Kabupaten Tanah Datar.

## **F. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi dinas pariwisata kabupaten tanah datar

Hasil penelitian ini bisa diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pemerintah sejauh mana pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjung wisatawan.

### 2. Bagi fakultas pariwisata dan perhotelan Universitas Negeri Padang

Hasil penelitian yang penulis lakukan di harapkan dapat menambah referesi penelitian pada program Studi D4 Manajemen Perhotelan tentang pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjung wisatawan di puncak pato Lintau Buo.

### 3. Bagi penulis

Hasil penelitian ini untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan. Selain itu agar peneliti mengetahui masalah nyata yang terdapat dalam industry pariwisata dan menjadi pertimbangan serta perbandingan terhadap teori yang di peroleh saat perkuliahan.

#### 4. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dan mengembangkan penelitian ini.