

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MEMBELI PAKET
WISATA GUNUNG BROMO
(STUDI KASUS PADA BROMO ALVIS *TOUR TRAVEL*)**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH:
GIDION JONI ISMALEN
NIM: 202011016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG**

2024

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MEMBELI PAKET
WISATA GUNUNG BROMO
(STUDI KASUS PADA BROMO ALVIS *TOUR TRAVEL*)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH:

GIDION JONI ISMALEN

NIM: 202011016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Gidion Joni Ismalen
NIM : 202011016
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram
: Terhadap Keputusan Wisatawan Membeli Paket Wisata
: Gunung Bromo (Studi Kasus Pada Bromo
: Alvis Tour Travel)

Malang, 10 Juni 2024

Gidion Joni Ismalen

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM

NIDN. 0724018601

Pembimbing II

Dr. Agustinus Indradi, M.Pd

NIDN. 199105110019

Mengetahui



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Galuh Budi Astuti, S. E., M.M.

NIDN. 0726018502



Ketua Program Studi Manajemen

Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM

NIDN. 0724018601

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan
Wisatawan Membeli Paket Wisata Gunung Bromo (Studi Kasus Pada Bromo
Alvis Tour Travel)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Gidion Joni Ismalen

NIM : 202011016

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal :10 Juni 2024 dan
telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1).

Disahkan Oleh:

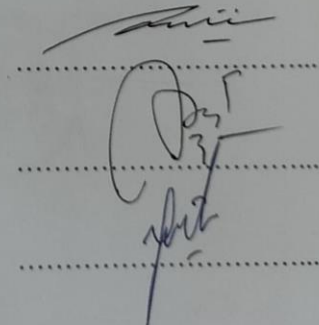
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang
Galuh Budi Astuti, S.E., M.M
NIDN. 0726018502



DEWAN PENGUJI

1. Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M
NIDN.0714108806
2. Dr. Agustinus Indradi, M.Pd
NIDN. 199105110019
3. Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM
NIDN. 0724018601

TANDA TANGAN



SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Niko Putra

Jawabatan : *Team* (Karyawan)

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Gidion Joni Ismalen

NIM : 202011016

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Adalah mahasiswa dari Universitas Katolik Widya Karya Malang yang benar-benar telah melakukan penelitian di Bromo Alvis Tour & Travel yang beralamat di Malangsko, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, Jawa Timur dalam rangka menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Wisatawan Membeli Paket Wisata Gunung Bromo (Studi Kasus Pada Bromo Alvis *Tour Travel*)”.

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Malang, 13 Mei 2024



PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Wisatawan Membeli Paket Wisata Gunung Bromo (Studi Kasus Pada Bromo Alvis *Tour Travel*) merupakan hasil karya dari:

Nama : Gidion Joni Ismalen
NIM : 202011016
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan Saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.



Malang, Juni 2024

Gidion Joni Ismalen

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM
NIDN. 0724018601

Dr. Agustinus Indradi, M.Pd
NIDN. 199105110019



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Galuh Budi Astuti, S. E., M.M.

NIDN. 0726018502

Mengetahui



Ketua Program Studi Manajemen

Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM

NIDN. 0724018601

MOTTO

AD MAIOREM DEI GLORIAM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan izin-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Wisatawan Membeli Paket Wisata Gunung Bromo (Studi Kasus Pada Bromo Alvis *Tour Travel*)” dengan tepat waktu. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut serta membantu, mendukung dan membimbing dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., M.Ak. selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang
2. Galuh Budi Astuti, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. J.Vicka Bayu Wardhani., S.Pd., M.SM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini
4. Dr. Agustinus Indradi, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga dan ilmu dalam proses pengujian skripsi ini.
6. Bromo Alvis yang telah bersedia menjadi objek penelitian dalam skripsi ini
7. Bapak Maximilianus Hantari, Mamak Fransiska Rahayu, Bapak Cinfat, Mama Nurul Fitriana, Ibu Rusmiati, Pak Afril, Om Yosef dan Tante Rini, Kaka tercintaku Ririn dan Angga, Adik-adiku tersayang (Nea,Sari,Monic,Tjakra, Inno, Franklin), Dorotea Puspa Dewi serta seluruh keluarga besar.
8. Keluarga besar MAPAWIKA dan Kost Gading Mas Lt.2 yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.

9. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan S1 Manajemen angkatan 2020 dan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk perbaikan dan sebagai pembelajaran agar lebih baik lagi dalam proses penyusunan skripsi selanjutnya. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen dan marketing.

Malang, 10 Juni 2020



Gidion Joni Ismalen

DAFTAR ISI

hlm.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	2
SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN	4
PERNYATAAN BEBAS PALGIASI.....	4
MOTTO	5
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	7
KATA PENGANTAR	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL	10i
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
ABSTRAK.....	15
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A.Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B.Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C.Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A.Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
B.Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
C.Kerangka Pikir	Error! Bookmark not defined.
D.Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A.Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B.Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C.Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	Error! Bookmark not defined.
D.Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
E.Jenis Data.....	Error! Bookmark not defined.
F.Definisi operasional	Error! Bookmark not defined.
G.Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
H.Teknik analisis data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	Error! Bookmark not defined.
A.Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.

B.Deskripsi Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
C.Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D.Analisis Data dan Interpretasi Data	Error! Bookmark not defined.
E.Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
F.Implikasi hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
A.Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B.Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

	Hlm.
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel III.1 Definisi Operasional	32
Tabel III. 2 Skala Likert	34
Tabel IV.1 Paket Trip Bromo Alvis.....	44
Tabel IV.2 Jadwal Tour Bromo Alvis	45
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Menurut Usia	45
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	46
Tabel IV.6 Distribusi Frekuensi Konteks	47
Tabel IV.7 Distribusi Frekuensi Komunikasi	51
Tabel IV.8 Distribusi Frekuensi Kolaborasi.....	53
Tabel IV.9 Distribusi Frekuensi Koneksi	55
Tabel IV.10 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	56
Tabel IV.11 Uji Validitas Data	60
Tabel IV.12 Uji Reliabilitas.....	61
Tabel IV.13 Uji Multikolinearitas	63
Tabel IV.14 Uji F.....	66
Tabel IV.15 Uji Dominasi	69

DAFTAR GAMBAR

	Hlm.
Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	27
Gambar IV.1 Uji Normalitas	62
Gambar IV.2 Uji Heteroskedastisitas	64
Gambar IV.3 Uji Regresi linier Berganda	64
Gambar IV. 4 Uji T	67
Gambar IV. 5 Koefisien Determinasi	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Hlm.
Lampiran 1 Surat Keterangan Plagiasi	97
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 3 Hasil SPSS.....	102

PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MEMBELI PAKET WISATA GUNUNG BROMO

(STUDI KASUS PADA BROMO ALVIS *TOUR TRAVEL*)

ABSTRAK

Gunung Bromo merupakan destinasi wisata terkenal yang menarik banyak wisatawan lokal dan internasional berkat keindahan alamnya dan keunikan budayanya. Dalam upaya menjangkau pasar yang lebih luas, agen tour di sekitar Gunung Bromo menghadapi tantangan dalam memanfaatkan pemasaran digital, khususnya melalui Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh promosi melalui sosial media instagram yang terdiri dari konteks (X1), komunikasi X2), kolaborasi (X3), dan koneksi (X4) terhadap keputusan pembelian paket wisata gunung bromo secara simultan dan parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain eksplanatori. Lokasi penelitian adalah Bromo Alvis di Malang, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Populasi penelitian adalah 52.900 followers akun Instagram @bromo_alvis, dengan sampel sebanyak 100 responden sesuai kriteria inklusi yaitu telah membeli paket wisata di agen bromo alvis, dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar melalui *Google Formulir* yang kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, promosi melalui Instagram yang terdiri dari konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian wisatawan ($p < 0,05$). Secara parsial, variabel komunikasi dan koneksi berpengaruh signifikan, sedangkan konteks dan kolaborasi tidak berpengaruh signifikan. Variabel koneksi ditemukan sebagai variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai beta dan t-hitung paling besar (0,332 dan 2,621). Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial Instagram efektif dalam mempengaruhi keputusan wisatawan untuk membeli paket wisata Gunung Bromo.

Kata Kunci : Instagram; Keputusan Pembelian; Promosi Media Sosial,