

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan</b> .....	5
<b>1.4 Hipotesis</b> .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
<b>2.1 Pariwisata</b> .....	7
<b>2.1.1. Definisi Wisata</b> .....	7
<b>2.1.2. Definisi Agrowisata</b> .....	9
<b>2.2 Promosi Media Sosial</b> .....	9
<b>2.2.1 Definisi Media sosial</b> .....	9
<b>2.2.2 Instagram</b> .....	11

2.2.3	Definisi Promosi Media Sosial.....	12
2.2.4	Karakteristik Media Sosial.....	17
2.2.5	Indikator Promosi Media Sosial .....	17
2.3	Daya Tarik Wisata .....	18
2.3.1	Pengertian Daya Tarik .....	18
2.3.2	Faktor Penentu Daya tarik.....	19
2.3.3	Syarat Daya Tarik.....	19
2.3.4	Indikator Daya Tarik.....	20
2.4	Perilaku Konsumen .....	20
2.4.1	Definisi Perilaku Konsumen.....	20
2.4.2	Model Perilaku Konsumen.....	21
2.5	Keputusan Berkunjung.....	22
2.5.1	Definisi Keputusan Berkunjung .....	22
2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung..	22
2.5.3	Indikator Keputusan Berkunjung .....	23
2.6	Penelitian terdahulu .....	23
2.7	Hipotesis Penelitian .....	28
2.8	Kerangka Pemikiran.....	28
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>		<b>31</b>
3.1	Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
3.1.1	Lokasi Penelitian .....	31
3.1.2	Waktu Penelitian.....	31
3.2	Jenis Pendekatan Penelitian .....	32
3.2.1	Pendekatan Penelitian .....	32
3.2.2	Jenis Penelitian.....	32
3.3	Populasi dan Sampel .....	32

<b>3.4</b>	<b>Pengumpulan Data .....</b>	<b>34</b>
<b>3.4.1</b>	<b>Primer.....</b>	<b>34</b>
<b>3.4.2</b>	<b>Sekunder .....</b>	<b>35</b>
<b>3.5</b>	<b>Skala Penilaian Variabel.....</b>	<b>36</b>
<b>3.6</b>	<b>Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>3.6.1</b>	<b>Uji Validitas .....</b>	<b>36</b>
<b>3.6.2</b>	<b>Uji Reliabilitas .....</b>	<b>37</b>
<b>3.7</b>	<b>Analisis Data .....</b>	<b>38</b>
<b>3.7.1</b>	<b>Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>38</b>
<b>3.7.2</b>	<b>Analisis Statistik Deskriptif.....</b>	<b>39</b>
<b>3.7.3</b>	<b>Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>39</b>
<b>3.7.4</b>	<b>Uji Hipotesis.....</b>	<b>40</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Umum Lokasi .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1.1.</b>	<b>Letak Geografis .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1.2.</b>	<b>Data Demografi .....</b>	<b>44</b>
<b>4.1.3.</b>	<b>Sarana dan Prasarana .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1.4.</b>	<b>Struktur Organisasi Wisata Agro Sirah Kencong .....</b>	<b>46</b>
<b>4.2</b>	<b>Data Umum .....</b>	<b>46</b>
<b>4.2.1</b>	<b>Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>47</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Responden Berdasarkan Usia .....</b>	<b>47</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Responden Berdasarkan Riwayat Pekerjaan .....</b>	<b>48</b>
<b>4.2.4</b>	<b>Responden Berdasarkan Riwayat Pendapatan .....</b>	<b>49</b>
<b>4.3</b>	<b>Uji Validitas .....</b>	<b>49</b>
<b>4.4</b>	<b>Uji Reliabilitas .....</b>	<b>51</b>
<b>4.5</b>	<b>Uji Asumsi Klasik.....</b>	<b>52</b>

4.5.1	Uji Normalitas .....	52
4.5.2	Uji Multikolinieritas.....	53
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	53
4.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	54
4.6.1	Uji Parsial (t) .....	55
4.6.2	Uji Simultan (F).....	55
4.7	Uji Hipotesis .....	56
4.7.1	Uji Parsial (t) .....	56
4.7.2	Uji Simultan (F).....	57
4.7.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
4.8	Pembahasan .....	58
4.8.1	Pengaruh Media Sosial Instagram (X1) Secara Parsial terhadap Keputusan Berkunjung (Y) .....	58
4.8.2	Pengaruh Daya Tarik Wisata (X2) secara Parsial terhadap Keputusan Berkunjung (Y) .....	61
4.8.3	Pengaruh Media Sosial Instagram (X1) dan Daya Tarik Wisata (X2) secara Simultan terhadap Keputusan Berkunjung (Y) .....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>65</b>
5.1	Kesimpulan .....	65
5.2	Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>73</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu. ....	25
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	36
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin di Wisata Agro Sirah Kencong pada bulan Desember 2024 - Januari 2025 .....	47
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Pengunjung Berdasarkan Usia di Wisata Agro Sirah Kencong pada bulan Desember 2024 - Januari 2025 .....	47
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Pengunjung Berdasarkan Riwayat Pekerjaan di Wisata Agro Sirah Kencong pada bulan Desember 2024 - Januari 2025 .....	48
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Pengunjung Berdasarkan Riwayat Pendapatan di Wisata Agro Sirah Kencong pada bulan Desember 2024 - Januari 2025 .....	49
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X1.....	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X2.....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Y.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Relibialitas .....	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Multikolinieritas Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Wisata.....	53
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial Variabel Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Wisata Menggunakan Sig (Regresi Linier Berganda) .....	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan Variabel Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Wisata Menggunakan Sig (Regresi Linier Berganda) .....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji t Parsial Sosial Media Instagram dan Daya Tarik Wisata Menggunakan t hitung.....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji F Simultan F hitung.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Persentase Pengaruh Variabel Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Wisata Secara Parsial maupun Simultan Terhadap Keputusan berkunjung Wisatawan ( $R^2$ ). ....	58

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Kunjung Wisatawan 2024 Di Wisata Agro Sirah Kencong Blitar.....	2
Gambar 2. 1 Model perilaku konsumen Sumber: Kotler (2006) .....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....	29
Gambar 3. 1 Peta Kota Blitar dan Wisata Agro Sirah Kencong Blitar .....	31
Gambar 4. 1 Peta lokasi Wisata Agro Sirah Kencong .....	43
Gambar 4. 2 Data Jumlah Kunjung Wisatawan 2024 Di Wisata Agro Sirah Kencong Blitar.....	44
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Wisata Agro Sirah Kencong .....	46
Gambar 4. 4 Hasil Data Plotting Regresi Linier Berganda Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan .....	52
Gambar 4. 5 Hasil Uji Scatterplots Keputusan Berkunjung Wisatawan.....	53
Gambar 4. 6 Hasil Analisis Perbandingan Nilai t dengan Kurva Pengaruh Media Sosial Instagram dan Daya tarik Wisata Terhadap Keputusan berkunjung Wisatawan di Wisata Agro Sirah Kencong Blitar.....	57

# LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Izin Penelitian Fakultas Pertanian dan Peternakan .....	73
Lampiran 1. 2 Surat Persetujuan Penelitian PT. Perkebunan Nusantara I Regional 5 Blitar.....	74
Lampiran 1. 3 Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 1. 4 Izin Penggunaan Kuesioner Muhammad Nurcholis Majid 2023 ..	81
Lampiran 1. 5 Rekapitulasi Data 110 Responden .....	82
Lampiran 1. 6 Uji Validitas.....	91
Lampiran 1. 7 Uji Reabilitas .....	95
Lampiran 1. 8 Uji Asumsi Klasik .....	96
Lampiran 1. 9 Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Koef. Determinasi (R-Square) .....	97
Lampiran 1. 10 Tabel R .....	99
Lampiran 1. 11 Tabel T.....	100
Lampiran 1. 12 Tabel F.....	101
Lampiran 1. 13 Dokumentasi Penelitian.....	102
Lampiran 1. 14 Akun Instagram Wisata Agro Sirah Kencong Blitar .....	103
Lampiran 1. 15 Daya Tarik Wisata Agro Sirah Kencong (Perkebunan Teh, Air Terjun, Spot Foto, Sky Tea Cafe, dan Glamping).....	104
Lampiran 1. 16 Turnitin .....	108