

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *WORD OF MOUTH*, DAN DAYA TARIK
WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
OBJEK WISATA GUNUNG PADANG**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

MUTLARA NUR
2010070530089

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG
2024**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
Skripsi, Januari 2024

Mutiara Nur

Pengaruh Media Sosial, *Word Of Mouth*, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Objek Wisata Gunung Padang

xii + 86 halaman + 28 tabel + 5 gambar + 19 lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, *word of mouth*, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan objek wisata gunung Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan menggunakan rumus Slovin sehingga didapat sampel sebanyak 100 orang.

Teknik pengumpulan data penelitian melalui kuesioner dengan skala Likert. Berdasarkan hasil perhitungan aplikasi program SPSS dari uji t diperoleh variabel media sosial dengan t hitung 1,107 dan nilai ($\text{sig} = 0,271 > 0,05$) dengan $\text{df } 100-4 = 96$, maka diperoleh t tabel sebesar 1,660. Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $1,107 < 1,660$ artinya H_a ditolak dan H_0 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan objek wisata gunung Padang. Variabel *word of mouth* dengan t hitung -0,031 dan nilai ($\text{sig} = 0,777 > 0,05$) dengan $\text{df } 100-4 = 96$ maka diperoleh t tabel sebesar 1,660. Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-0,031 < 1,660$ artinya H_a ditolak dan H_0 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan objek wisata gunung Padang. Variabel daya tarik dengan t hitung 2,415 dan nilai ($\text{sig} = 0,018 < 0,05$) dengan $\text{df } 100-4 = 96$ maka diperoleh t tabel sebesar 1,660. Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $2,415 > 1,660$ artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan objek wisata gunung Padang.

Uji F diketahui bahwa nilai F hitung $> F \text{ tabel}$ $2,776 > 2,46$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,045 atau ($0,045 < 0,05$). Sehingga pada penelitian ini variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi diperoleh dengan hasil sebesar 0,080.

Artinya variabel media sosial, *word of mouth*, dan daya tarik dapat menjelaskan variabel keputusan berkunjung wisatawan objek wisata gunung Padang. sebesar 8%. Sisanya sebesar 92% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Kata kunci : media sosial, word mouth of mouth, daya tarik, dan keputusan berkunjung

Daftar bacaan : 54 (2015-2023)


PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, *Word Of Mouth*, dan Daya Tarik
Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Objek
Wisata Gunung Padang
Nama : Mutiara Nur
NPM : 2010070530089
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis


Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan telah dipertahankan dihadapan Tim
Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturrahmah dan
dinyatakan lulus pada 23 Januari 2024.

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing 1


Harry Wahyudi, S.E., M.Si
NIDN. 1007046401

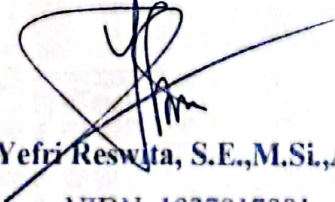
Pembimbing 2


Dr. Edi Suandi, MM
NIDN. 1015078904

Pengesahan

DEKAN

UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


Yefri Reswita, S.E., M.Si., Akt
NIDN. 1027017001

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, *Word Of Mouth*, dan Daya Tarik
Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Objek
Wisata Gunung Padang
Nama : Mutiara Nur
NPM : 2010070530089
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim
Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah dan dinyatakan
LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 23 Januari 2024

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing 1



Harry Wahyudi, S.E., M.Si
NIDN. 1007046401

Pembimbing 2



Dr. Edi Suandi, MM
NIDN. 2101127702

Pengesahan

Ketua Program Studi Manajemen



Rina Febriani, S.E., M.Si
NIDN. 1008028401

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutiara Nur
NPM : 2010070530089
Program studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Peminatan : Manajemen
Jenjang : Strata I

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: Pengaruh Media Sosial, Word Of Mouth, dan Daya Tarik Wisatawan Objek Wisata Gunung Padang.

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, 24 Januari 2024



Mutiara Nur

NPM: 2010070530089