

**PENGARUH MOTIVASI DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG WISATAWAN KE DESTINASI WISATA TAMAN NASIONAL
GUNUNG GEDE PANGRANGO**

TUGAS AKHIR
CIKAL NURSALAM
203404516067



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI PARIWISATA
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024

**PENGARUH MOTIVASI DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE DESTINASI WISATA
TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pariwisata pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

Oleh :

CIKAL NURSALAM

203404516067



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI PARIWISATA

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

“Pengaruh Motivasi Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango”

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas akhir ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.



203404516067

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Motivasi Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

Nama Mahasiswa : Cikal Nursalam

Nomor Pokok : 203404516067

Program Studi : Pariwisata



Jakarta, 2024

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Motivasi Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

Nama Mahasiswa : Cikal Nursalam

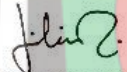
Nomor Pokok : 203404516067

Program Studi : Pariwisata

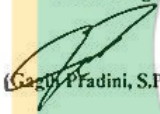
Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,


Pembimbing Tugas Akhir,

 23/8/2024
Liliana Dewi, SS.,M.M.Par

Ketua Penguji


(Gagah Pradini, S.Par., M.M.)

Anggota Penguji


(Anisa Putri Kusumaningrum SST.Par MM)

Mengetahui,

Dekan


Prof. Dr. Suwono Effendi, S.E., M.B.A., M.M.

Jakarta, 14 Agustus 2024

ABSTRAK

PENGARUH MOTIVASI DAN SOSIAL MEDIA TREND TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN KE DESTINASI WISATA TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO

Oleh : Cikal Nursalam

NPM : 203404516067

Tugas akhir dibawah bimbingan ibu Liliana Dewi, SS.,M.M.Par

Penelitian ini bertujuan (a) untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (b) untuk mengetahui pengaruh sosial media terhadap keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (c) untuk mengetahui variabel manakah yang lebih dominan mempengaruhi keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 107 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yang dimana data responden diolah dengan aplikasi SMARTPLS Versi 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dan sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Kata Kunci : Motivasi, Sosial media , Keputusan berkunjung, Destinasi Wisata, Gunung Pangrango.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF MOTIVATION AND SOCIAL MEDIA TRENDS ON TOURISTS' DECISIONS TO VISIT TOURISM DESTINATIONS OF GUNUNG GEDE PANGRANGO NATIONAL PARK

By :CikalNursalam

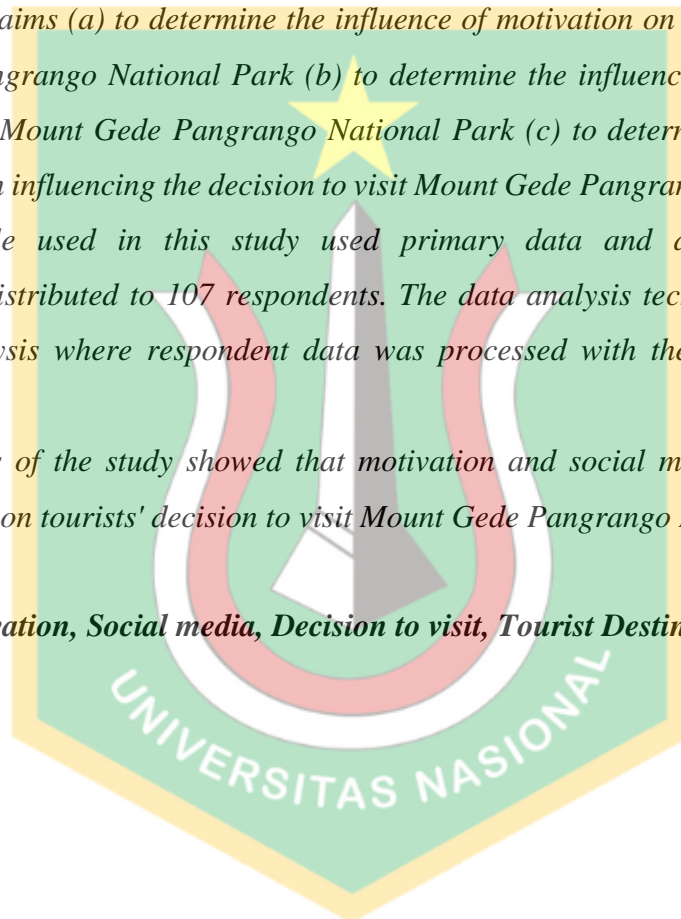
NPM: 203404516067

This study aims (a) to determine the influence of motivation on tourists' decision to visit Mount Gede Pangrango National Park (b) to determine the influence of social media on the decision to visit Mount Gede Pangrango National Park (c) to determine which variables are more dominant in influencing the decision to visit Mount Gede Pangrango National Park.

The sample used in this study used primary data and data collection through questionnaires distributed to 107 respondents. The data analysis technique used quantitative descriptive analysis where respondent data was processed with the SMARTPLS Version 4 application.

The results of the study showed that motivation and social media had a positive and significant effect on tourists' decision to visit Mount Gede Pangrango National Park.

Keywords: Motivation, Social media, Decision to visit, Tourist Destinations, Mount Pangrango.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Cikal Nursalam
2. Tempat,Tanggal Lahir : Bogor, 29 Juni 2002
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Alamat : PADURENAN RT 001/002 NO. 26 PABUARAN,
CIBINONG
5. No. Handphone : 087811741924
6. Agama : Islam
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. Email : cikalnsalam4@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2007 – 2014 : SDN CIRIUNG 04
2. 2014 – 2017 : SMP IT AL-FADL
3. 2017 – 2020 : MAN 1 KAB BOGOR
4. 2020 – 2024 : UNIVERSITAS NASIONAL



KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Motivasi Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun lainnya. Namun berkat dukungan, Kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak DR. DRS. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Effendi, S.E., M.B.A., M.M..selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, SE., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M selaku Ketua Program Studi Pariwisata Universitas Nasional.
5. Ibu Liliana Dewi, SS.,M.M.Par selaku Dosen Pembimbing Saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Ardi Mularsari, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis Terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan penulis.
7. Seluruh Bapak Ibu Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh berkembang dalam proses belajar.
8. Kedua orang tua, Ayah dan Ibu tercinta yaitu Bapak Sartana dan Ibu Sumarni, dukungan, dan cinta yang kalian berikan selama perkuliahan serta perjalanan penelitian ini hingga selesai.

9. Restafia Nur Fajri, Rahayu Tri Lestari, Rifky Adi Dharmawan, Taufik Andika, Vita Cecilia, yaitu teman-teman serta sahabat saya yang membantu saya selama proses pengerjaan penelitian. Saya ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus dan mendalam kepada teman-teman atas dukungan tak tergantikan yang telah kalian berikan selama proses penyusunan skripsi saya.
10. Jhon Irvan Hutahaean, Rifky Setiawan, Hafiz Mulya, Arsyef Rizal, Ekasyah Putra, Vironika Agustin, Nadya Putri selaku sahabat dan rekan seperjuangan saya serta Angkatan Pariwisata 2020, yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan masa perkuliahan serta penyusun tugas akhir ini.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pariwisata.....	7
B. Destinasi Wisata	9
C. Motivasi Wisatawan	9
1. Motivasi Wisatawan.....	9
2. Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan.....	10
D. Sosial Media	11
1. Pengertian Sosial Media.....	11
2. Indikator Sosial Media	12
E. Keputusan Berkunjung	13
1. Definisi Keputusan Berkunjung	13
2. Tahapan Keputusan Berkunjung	14
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	16
1. Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung.....	16
2. Pengaruh Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung.....	16
3. Pengaruh Motivasi Wisatawan dan Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung.....	16
G. Hasil Penelitian Terdahulu	17

BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Objek Penelitian	21
B. Rencana Dan Tahapan Penelitian	21
C. Data Penelitian.....	21
1. Sumber Data & Jenis Data	21
2. Populasi Dan Sampel	21
D. Teknik & Alat Pengumpulan Data	22
E. Jenis Variabel	23
1. Variabel Independen	23
2. Variabel Dependen.....	24
F. Defenisi Operasional	24
G. Pengujian Hipotesis	24
1. Validitas dan Uji Reliabilitas	24
2. Analisis Data	25
H. Metode Analisis.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Hasil Penelitian	28
1. Deskripsi hasil penelitian	28
2. Sejarah Tempat Penelitian.....	28
3. Karakteristik Responden	29
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	32
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.....	51
2. Pengaruh Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.....	51
3. Pengaruh Motivasi dan Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan di Destinasi Wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	31
Tabel 4.4 Kategori Berdasarkan Nilai Rata Rata	33
Tabel 4.5 Deskriptif Data	33
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hierarki Kebutuhan Maslow.....	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1. Grafik Outer Model.....	58
Gambar 4.2 Inner Model.....	67

