

**PENGARUH DAYA TARIK DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL
TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG DENGAN CITRA
DESTINASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Penelitian Pada Objek Wisata Situ Wulukut Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Manajemen



Oleh:

IMEL AMELIA

20210510275

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG DENGAN CITRA DESTINASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Penelitian Pada Objek Wisata Situ Wulukut Kabupaten Kuningan)

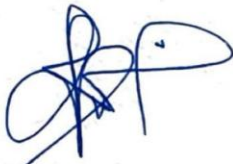
Oleh

IMEL AMELIA
20210510275

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 12 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,



Wachiuni, SE., M.M
NIK. 410106710221

Penguji II,



Wely Hadi Gunawan, SE., MM
NIK. 410106910232

Penguji III,



Winda Oktaviani, S.E., M.M
NIK. 410108880250

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL
TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG DENGAN CITRA DESTINASI
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Penelitian Pada Objek Wisata Situ Wulukut Kabupaten Kuningan)**

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING
Kuningan, Juni 2025

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Dikdik Harijadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Pembimbing II,



Winda Oktaviani, S.E., M.M
NIK. 410108880250

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M. Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy.
NIK. 41038091296

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.”

-Ika Df-

"Saat kamu ingin berhenti, ingat bahwa Ayah berdiri di belakangmu, bukan untuk menuntun, tapi untuk mendorongmu agar terus maju."

-Ayahanda-

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- Orang tua tercinta, Ayahnda Sanroji dan Ibunda Sukarni, atas segala kasih sayang, dukungan, pengorbanan dan segala sesuatu yang telah diberikan selama perkuliahan.
- Diriku sendiri, yang telah berjuang sejauh ini. Terima kasih telah bertahan, bangkit dari lelah, dan terus percaya bahwa semua proses ini tidak akan sia-sia.
- Seluruh keluarga dan keluarga besar, atas segala dukungan, doa, nasihat dan motivasi yang selalu diberikan.
- Sahabat dan teman-teman, untuk keceriaan, kebahagiaan, nasihat dan dukungan yang selalu diberikan.
- Almamater tercinta, Universitas Kuningan.

ABSTRAK

Imel Amelia, NIM 20210510275. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Promosi Media Sosial Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Moderasi (Penelitian Pada Objek Situ Wulukut Kabupaten Kuningan). Pembimbing oleh Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S. E., M. Si dan Winda Oktaviani, SE., MM.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata, promosi media sosial terhadap minat kunjung ulang, serta peran citra destinasi sebagai variabel moderasi pada wisatawan yang berkunjung ke wisata Situ Wulukut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi Penelitian ini adalah pengunjung wisata tahun 2022-2024 dengan jumlah rata-rata 8.202 orang. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 400 responden dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjung ulang, (2) promosi media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjung ulang, (3) citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjung ulang, (4) citra destinasi memoderasi pengaruh daya tarik wisata terhadap minat kunjung ulang, (5) citra destinasi memoderasi pengaruh promosi media sosial terhadap minat kunjung ulang

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Promosi Media Sosial, Citra Destinasi, Minat Kunjung Ulang

ABSTRACT

Imel Amelia, Student ID 20210510275. *The Influence of Tourist Attraction and Social Media Promotion on Revisit Intention with Destination Image as a Moderating Variable (A Study on Visitors of Situ Wulukut Tourism Object, Kuningan Regency)*. Supervised by Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si and Winda Oktaviani, S.E., M.M.

This study aims to determine the influence of tourist attraction and social media promotion on revisit intention, as well as the role of destination image as a moderating variable among tourists visiting Situ Wulukut. The research method used is descriptive and verificative with a quantitative approach. The population of this study includes visitors from 2022 to 2024, with an average number of 8,202 visitors. The sample consists of 400 respondents selected using purposive sampling. The type of data used in this study is primary data collected through questionnaires distributed. The results of this study indicate that (1) tourist attraction has a positive and significant influence on revisit intention, (2) social media promotion has a positive and significant influence on revisit intention, (3) destination image has a positive and significant influence on revisit intention, (4) destination image moderates the influence of tourist attraction on revisit intention, and (5) destination image moderates the influence of social media promotion on revisit intention.

Keywords: Tourist Attraction, Social Media Promotion, Destination Image, Revisit Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul " **PENGARUH DAYA TARIK DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG DENGAN CITRA DESTINASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI** (Penelitian pada Objek Wisata Situ Wulukut)". Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari jalan kegelapan ke jalan yang terang benderang, penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penyusunan proposal ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Kuningan. Penulis sepenuhnya menyadari berbagai keterbatasan yang dimiliki baik pengetahuan, kemampuan, dan waktu. Karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Prof. H. Dikdik Harjadi, S. E., M. SI dan Ibu Winda Oktaviani, SE., MM selaku dosen pembimbing atas bimbingan saran serta motivasi yang diberikan.

Akhir kata penulis berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi penulis. Khususnya, bagi semua pihak yang telah membaca proposal ini. Untuk segala kekurangan dalam penulisan proposal ini, penulis mohon maaf yang sebesar- besarnya. Terimakasih atas segala perhatiannya.

Kuningan, Desember 2024

Imel Amelia

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT, atas kemurahan dari Yang Maha Kaya atas segala ilmu, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada teladan umat manusia, pembawa risalah menuju cahaya islam, Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, para keluarganya, dan para pengikutnya yang senantiasa istiqamah dalam sunnahnya hingga akhir jaman.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa begitu banyak pihak yang telah turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Untuk cinta pertama dan panutanku Ayahanda Sanroji dan pintu syurgaku Ibunda Sukarni, Terimakasih atas segala pengorbanan yang tulus dan kasih yang diberikan. Tak pernah lelah mendoakan, membimbing, dan memberikan perhatian penuh kasih, meski kadang rasa lelah dan kesedihan terpendam dalam diam. Tanpa mereka, saya takkan pernah bisa melangkah sejauh ini. Beliau memang tak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun dengan segala keterbatasan, mereka selalu berjuang tanpa henti demi kebahagiaan anak-anaknya. Penulis berharap bisa membahagiakan mereka seperti mereka telah membahagiakan penulis, meskipun tahu tak akan pernah cukup membalas semua cinta dan pengorbanan itu.
2. Bapak Prof. Dr. H. Didik Harjadi, S.E., M.Si, selaku Rektor Universitas Kuningan, sekaligus selaku pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, dorongan, nasihat, dan arahan yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Winda Oktaviani, S.E., M.M., selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, memberikan saran, dan masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

4. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dari awal perkuliahan sampai semester akhir.
5. Ibu Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku kepala program studi manajemen yang selalu memberikan seluruh tenaganya untuk kemajuan manajemen.
6. Seluruh Dosen dan Staff Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang tidak ternilai harganya selama perkuliahan berlangsung.
7. Untuk Kakak Peri Irawan, Kakak Ipar Aas Hasanah, dan Ponakan Alesha Clemira Shakayla. Dukunganmu bukan hanya dalam kata, tapi juga dalam tindakan yang nyata. Terima kasih selalu menghibur dan memberi semangat di setiap penulis merasa lelah. Kasih sayang dan perhatian kalian sangat berarti bagi penulis.
8. Kepada Ikbal Andriansah, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Terima kasih juga atas segala kontribusi besar yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini, selalu meluangkan waktu dan memberikan dukungan, baik secara materi maupun semangat yang tak pernah putus. Kesabaran dan pengertianmu dalam menghadapi segala kelelahan dan kekuranganku menjadi kekuatan besar bagiku
9. Bela Zahra, Lina Bayu, Gina Nur Awaliyah, Thania Aurelia, Jaya Bakti, Riski Kurniawan, M Fikri Akmal, selaku teman perjalanan didunia perkuliahan. Kalian bukan hanya teman belajar, tapi juga sumber tawa, semangat, dan dukungan saat penulis merasa lelah dan bingung. Kebersamaan kita telah menjadi kenangan berharga yang selalu penulis simpan.
10. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2021 terutama kelas manajemen D. Terimakasih atas semua dukungan dan kebersamaan selama 3 tahun lebih.
11. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini, terimakasih atas bantuannya.
12. Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada diri sendiri. Terima kasih telah melangkah di tengah rasa lelah, dan ragu yang datang silih berganti. Terima kasih telah bertahan, bangkit saat ingin menyerah, dan percaya bahwa

setiap proses sekecil apa pun, sangat berarti. Perjalanan menyelesaikan skripsi ini bukanlah hal mudah, namun penulis bangga telah melalui semuanya dan berhasil menyelesaikan skripsi ini. Semoga ini menjadi pengingat bahwa penulis mampu menghadapi tantangan dan layak untuk terus diperjuangkan.

Akhir kata penulis mengucapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Aamiin...

Kuningan, Mei 2025

IMEL AMELIA
20210510275

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR..... iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

BAB I 1

PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah Penelitian 9

1.3 Tujuan Penelitian..... 9

1.4 Manfaat Penelitian 10

BAB II 11

LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS 11

2.1 Landasan Teori 11

2.1.1 Pemasaran 11

2.1.2 Pariwisata..... 12

2.1.3 Perilaku Konsumen..... 13

2.1.4 Minat Kunjung Ulang 15

2.1.5 Daya Tarik Wisata..... 18

2.1.6 Promosi Media Sosial 21

2.1.7 Citra Destinasi..... 27

2.2 Hubungan Antar Variabel 30

2.2.1 Hubungan Daya Tarik Wisata dengan Minat Kunjung Ulang 30

2.2.2 Hubungan Promosi Media Sosial dengan Minat Kunjung Ulang..... 31

2.2.3 Hubungan Citra Destinasi dengan Minat Kunjung Ulang 32

2.2.4 Hubungan Daya Tarik Wisata dengan Minat Kunjung Ulang dimoderasi Citra Destinasi.....	33
2.2.5 Hubungan Promosi Media Sosial dengan Minat Kunjung Ulang dimoderasi Citra Destinasi.....	34
2.3 Penelitian Terdahulu.....	35
2.4 Kerangka Pemikiran.....	39
2.5 Hipotesis.....	42
BAB III.....	43
METODE PENELITIAN	43
3.1 Metode Penelitian.....	43
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	44
3.2.1 Definisi Variabel	44
3.2.2 Operasional Variabel.....	45
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel	46
3.4 Jenis dan Sumber Data	48
3.4.1 Jenis Data	48
3.4.2 Sumber Data	48
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5 Uji Instrumen	49
3.5.1 Uji Validitas	49
3.5.2 Uji Reliabilitas	52
3.6 Teknik Analisis Data	53
3.6.1 Analisis Deskriptif	53
3.6.2 Analisis Verifikatif	54
3.6.3 Uji Asumsi Kalsik.....	54
3.6.4 Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	55
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	57
3.6.6 Uji Hipotesis	57
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Hasil Penelitian	59

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden	59
4.1.3	Uji Analisis Deskriptif	65
4.1.4	Analisis Verifikatif	74
4.2	Uji Asumsi Klasik	74
4.2.1	Uji Normalitas.....	74
4.2.2	Uji Multikolinearitas.....	75
4.2.3	Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	75
4.2.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.3	Uji Hipotesis	79
4.3.1	Uji Parsial (t).....	79
4.4	Pembahasan.....	80
BAB V.....		84
KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Situ Wulukut Pada Tahun 2022-2024	4
Tabel 1.2 Destinasi Wisata Terpopuler di Kabupaten Kuningan Tahun 2024.....	5
Tabel 1.3 Observasi Terhadap Responden	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Operasional Variabel	45
Tabel 3.2 Jumlah Populasi.....	46
Tabel 3.3 Rentang Nilai Skor Angket	49
Tabel 3.4 Uji Validitas Daya Tarik Wisata	50
Tabel 3.5 Uji Validitas Promosi Media Sosial.....	50
Tabel 3.6 Uji Validitas Minat Kunjung Ulang.....	51
Tabel 3.7 Uji Validitas Citra Destinasi	52
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Daya Tarik Wisata	65
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Promosi Media Sosial	67
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Minat Kunjung Ulang	70
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Citra Destinasi	72
Tabel 4.5 Uji Normalitas	74
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.7 Persamaan Regresi I (MRA)	76
Tabel 4.8 Persamaan Regresi II (MRA).....	77
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi I	78
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi II	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	42
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Umur.....	61
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	64
Gambar 4.6 Diagram Responden Berdasarkan Pengunjung	65
Gambar 4.7 Kriterium Daya Tarik Wisata	67
Gambar 4.8 Kriterium Promosi Media Sosial.....	69
Gambar 4.9 Kriterium Minat Kunjung Ulang.....	71
Gambar 4.10 Kriterium Citra Destinasi	73