

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA DESTINASI DAN
FASILITAS WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN PADA OBJEK WISATA CIBULAN**
(Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

ANDRIAN

20200510056



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA DESTINASI DAN
FASILITAS WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN PADA OBJEK WISATA CIBULAN**

(Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

ANDRIAN

20200510056

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 19 juni 2024 dihadapan Dewan Penelaah. Skripsi ini disahkan sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Susunan Dewan Penelaah

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



H. Dikdik Hariadi, SE., M. Si
NIK. 41038971055



Dr. Hj. Lili Karmela F, SE., M. Si
NIK. 41038971054



Wely Hadi Gunawan, SE., M.M
NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA DESTINASI DAN
FASILITAS WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN PADA OBJEK WISATA CIBULAN
(Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)

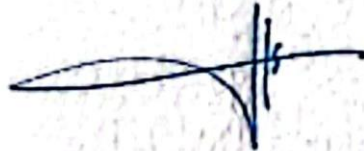
Disusun Oleh :

ANDRIAN
20200510056

Disetujui Oleh Pembimbing :

Kuningan, 19 Juni 2024

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



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

Mengatahui,



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Kepala Program Studi Manajemen



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jang Ngalah, Jang Putus Asa, Jang Geus Deui”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Sang Maha Segala, Allah SWT

Kedua Orang Tua Tercinta

Seluruh Keluarga Besar

Sahabat-sahabat

Almamater tercinta, Universitas Kuningan

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA DESTINASI DAN FASILITAS WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN PADA OBJEK WISATA CIBULAN (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)**" beserta isinya adalah benar karya saya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap bertanggung jawab dan menanggung resiko apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan, Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Andrian

NIM.20200510056

ABSTRAK

Andrian, 2024. “Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Cibulan” (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan). Skripsi, Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Pembimbing (I) Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. Pembimbing (II) Winda Oktaviani, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah ada pengaruh Pemasaran Digital, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung Wisatawan pada objek wisata Cibulan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kuningan yang tidak diketahui jumlahnya. Metode sampling yang digunakan adalah probability sampling, teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Pemasaran Digital berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Minat Berkunjung (2) Citra Destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung (3) Fasilitas Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung (4) Pemasaran Digital, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berkunjung.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Minat Berkunjung.

ABSTRACT

Andrian, 2024. "The Influence of Digital Marketing, Destination Image, and Tourism Facilities on Tourist Visit Interest in Cibulan Tourist Attraction" (Survey on the Community of Kuningan Regency)". Thesis, Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Kuningan. Supervisor (I) Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. Supervisor (II) Winda Oktaviani, S.E., M.M.

The purpose of this study was to analyze whether there is an influence of Digital Marketing, Destination Image, and Tourism Facilities on Tourist Visit Interest in the Cibulan tourist attraction. The research method used is descriptive with the population in this study being the community of Kuningan Regency with an unknown number. The sampling method used is probability sampling, and the data collection technique used in this study is through the distribution of questionnaires and measurements using an interval scale. The results of the study show that: (1) Digital Marketing has a positive but not significant influence on Visit Interest (2) Destination Image has a positive and significant influence on Visit Interest (3) Tourism Facilities have a positive and significant influence on Visit Interest (4) Digital Marketing, Destination Image, and Tourism Facilities have a simultaneous influence on Visit Interest.

Keywords: Digital Marketing, Destination Image, Tourism Facilities, Visit Interest.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Ilahi Rabbi, karena atas limpahan Taufik dan Hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini dengan mengambil judul : **“Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Cibulan (Survey Pada Masyarakat Kabupaten Kuningan)”**

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memenuhi tugas akhir penyusunan skripsi. Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan, baik dalam hal penulisan maupun pembahasan.

Oleh karena itu, berbagai kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan sekali sebagai bahan evaluasi. Berkat petunjuk dan saran yang diberikan dari dosen maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Kuningan, Mei 2024

Penulis

Andrian

NIM.20200510056

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada Allah SWT dan kedua orang tua saya. Khususnya kepada Ibu dan Bapak saya yang senantiasa mendoakan dan memperjuangkan putranya untuk mendapat mengenyam pendidikan hingga perguruan tinggi.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai tepat pada waktunya, serta kepada pihak-pihak yang memberikan banyak ilmu pendidikan nasehat dan dorongan semangat, khususnya kepada :

1. Kedua orang tua tercinta yang telah menjadi keluarga terhebat dengan memberikan do'a dan dorongan baik materil maupun moril tiada akhir.
2. Kepada diri sendiri terima kasih atas ketelatenanmu dalam melakukan penelitian dan analisis. Kamu telah menginvestasikan banyak waktu dan energi untuk memastikan bahwa setiap bagian dari skripsi ini disusun dengan baik dan didukung oleh bukti yang kuat. Keuletanmu dalam mencari sumber, menganalisis data dan merumuskan argumen adalah kunci keberhasilan.
3. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada seseorang yang selalu memberi dukungan, cinta dan semangat dalam perjalanan panjang dalam penyusunan skripsi ini, Ise Rismayani.
4. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku pembimbing I dan selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah bersedia meluangkan waktunya dengan penuh kesabaran dan tanggung jawab dalam memberikan bimbingan serta arahan, petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Winda Okataviani, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah membimbing secara terus menerus dan tidak mengenal lelah serta penuh kesabaran dalam memberikan arahan, saran-saran dan berharga sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

6. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
8. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. selaku Pembimbing Akademik.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang berharga selama masa perkuliahan yang berlangsung.
10. Sahabat-sahabat kelas Manajemen I angkatan 2020 Ayu Nurjannah, Fadly Ahmad Fakhrezy, Fitra Dwi Sulastri, Muhammad Rafli Apriwan, Intan Nur Azizah, Tita Widyawati, Wily Muhammad Fahrezi, Witya Ratna Syaharani dan Zikri Jalayaksana yang telah memberikan begitu banyak kenangan serta pengalaman yang sangat berharga selama empat tahun bersama-sama.
11. Sahabat-sahabat Korlap Kuningan Timur Akmal Maulana Renaldi, Dillah Nuur Atthoriq dan Riyan Anwar.
12. Sahabat-sahabat KKN 01 Amay, Nok, Gobang, Ameh dan Siti.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN OTENTITAS	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2. Pemasaran Digital	13
2.1.2.1. Pengertian Pemasaran Digital.....	13
2.1.2.2. Faktor-faktor Pemasaran Digital.....	13
2.1.2.3. Dimensi Pemasaran Digital	14
2.1.2.4. Indikator Pemasaran Digital	16
2.1.3. Citra Destinasi.....	18

2.1.3.1.	Pengertian Citra Destinasi	18
2.1.3.2.	Faktor-faktor Citra Destinasi	18
2.1.3.3.	Dimensi Citra Destinasi	19
2.1.3.4.	Indikator Citra Destinasi	20
2.1.4.	Fasilitas Wisata	22
2.1.4.1.	Pengertian Fasilitas Wisata	22
2.1.4.2.	Faktor-faktor Fasilitas Wisata	23
2.1.4.3.	Dimensi Fasilitas Wisata	23
2.1.4.4.	Indikator Fasilitas Wisata	23
2.1.5.	Minat Berkunjung	24
2.1.5.1.	Pengertian Minat Berkunjung	24
2.1.5.2.	Faktor-faktor Minat Berkunjung	24
2.1.5.3.	Dimensi Minat Berkunjung	25
2.1.5.4.	Indikator Minat Berkunjung	26
2.1.	Hubungan Antar Variabel	27
2.2.1.	Hubungan Pemasaran Digital dengan Minat Berkunjung	27
2.2.2.	Hubungan Citra Destinasi dengan Minat Berkunjung	28
2.2.3.	Hubungan Fasilitas Wisata dengan Minat Berkunjung	29
2.2.4.	Hubungan Pemasaran Digital, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata dengan Minat Berkunjung	29
2.2.	Penelitian Terdahulu	31
2.3.	Kerangka Berfikir	38
2.4.	Hipotesis Penelitian	39
	BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1.	Metode Penelitian	41

3.2. Operasional Variabel.....	41
3.3. Populasi dan Sampel	44
3.3.1. Populasi.....	44
3.3.2. Sampel.....	44
3.4. Jenis dan Sumber Data	46
3.4.1. Data	46
3.4.2. Sumber Data.....	46
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6. Uji Instrumen	47
3.6.1. Uji Validitas	48
3.6.2. Uji Reliabilitas	52
3.7. Metode Analisis Data.....	54
3.7.1. Analisis Deskriptif	54
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	56
3.7.3. Analisis Linier Berganda.....	58
3.7.4. Koefisien Determinasi (R^2)	58
3.7.5. Uji Hipotesis	59
3.7.5.1. Uji Hipotesis t (Parsial).....	59
3.7.5.2. Uji Hipotesis f (Simultan).....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1. Hasil Penelitian	62
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1.1. Sejarah Singkat Objek Wisata Cibulan.....	62
4.1.2. Gambaran Umum Responden	63
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63

4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.	Teknik Analisis Data.....	65
4.2.1.	Analisis Deskriptif	65
4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.1.	Uji Normalitas.....	81
4.3.2.	Uji Multikolinieritas.....	83
4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.4.	Analisis Linier Berganda.....	85
4.5.	Koefisien Determinasi (R^2).....	86
4.6.	Uji Hipotesis	87
4.6.1.	Uji Hipotesis t (Parsial).....	87
4.6.2.	Uji Hipotesis f (Simultan)	89
4.7.	Pembahasan.....	90
4.7.1.	Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Minat Berkunjung	90
4.7.2.	Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung	90
4.7.3.	Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung.....	91
4.7.4.....	Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Destinasi dan Fasilitas Wisata terhadap Minat Berkunjung	92
BAB V	KESIMPULAN	93
5.1.	Kesimpulan	93
5.2.	Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96	
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	101	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Perkembangan Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Cibulan Tahun 2019 - 2022.....	3
Tabel 1. 2 Perbandingan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Sejenis Tahun 2019 - 2022.....	3
Tabel 1. 3 Resrech Gap	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional dan Internasional.....	31
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Uji Validitas Pemasaran Digital (Variabel X1)	49
Tabel 3. 3 Uji Validitas Citra Destinasi (X2).....	50
Tabel 3. 4 Uji Validitas Fasilitas Wisata (X3)	50
Tabel 3. 5 Uji Validitas Minat Berkunjung (Y)	51
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemasaran Digital (X1)	53
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Destinasi (X2).....	53
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas Wisata (X3)	53
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Berkunjung (Y)	54
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4. 4 Hasil Uji Analisi Deskriptif Variabel Pemasaran Digital	68
Tabel 4. 5 Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Citra Destinasi	71
Tabel 4. 6 Hasil Uji Analisi Deskriptif Fasilitas Wisata.....	74
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Deskriptif Minat Berkunjung	78
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Berganda	85
Tabel 4. 11 Hasil Analisi Koefisien Determinasi	87
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis t (Parsial)	88
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis f (Simultan)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	39
Gambar 3. 1 Rentan Nilai Skor Angket	47
Gambar 4. 1 Daerah Kriterion Variabel Pemasaran Digital	70
Gambar 4. 2 Daerah Kriterion Variabel Citra Destinasi	74
Gambar 4. 3 Daerah Kriterion Variabel Fasilitas Wisata	77
Gambar 4. 4 Daerah Kriterion Variabel Minat Berkunjung	81
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	82
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A 1 Surat Keterangan Bimbingan Skripsi	103
Lampiran A.2 Surat Permohonan Izin Penelitian	104
Lampiran A.3 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	105
Lampiran B. 1 Surat Permohonan Pengisian Angket.....	107
Lampiran B. 2 Angket Penelitian.....	108
Lampiran C. 1 Data Variabel Pemasaran Digital.....	122
Lampiran C. 2 Data Variabel Citra Destinasi	125
Lampiran C. 3 Data Variabel Fasilitas Wisata.....	131
Lampiran C. 4 Data Variabel Mina Berkunjung.....	135
Lampiran D. 1 Uji Validitas Pemasaran Digital	140
Lampiran D. 2 Uji Validitas Citra Destinasi	141
Lampiran D. 3 Uji Validitas Fasilitas Wisata	142
Lampiran D. 4 Uji Validitas Minat Berkunjung.....	143
Lampiran D. 5 Uji Reliabilitas	144
Lampiran D. 6 Uji Asumsi Klasik	145
Lampiran D. 7 Uji Hipotesis	148
Lampiran E 1 Daftar Riwayat Hidup	148