PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN

(Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Talaga Surian Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Bambang Rifaldo

20220510472

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KUNINGAN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
(STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG WISATA TALAGA SURIAN KABUPATEN KUNINGAN)

Oleh

BAMBANG RIFALDO
20220510472

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 22 Juni 2026 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,	Penguji II,	Penguji III,
Dr. Hj. Lili Karmela F, SE.,M. Si	**Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M**	**Faishal Rahimi, S.E, M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410106910232**	**NIK. 410110920236**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN
(STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG WISATA TALAGA SURIAN KABUPATEN KUNINGAN)

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2026

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Prof. Dr. H.Dikdik Harjadi, S.E., M.Si	**Welv Hadi Gunawan, S.E., M.M**
NIK. 41038971055	**NIK. 410106910232**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Kepala Program Studi Manajemen
Dr. Hj. Lili Karmela F., SE., M.Si.	**Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M**
NIK. 41038971054	**NIK. 410104930220**

PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bambang Rifaldo

NIM : 20220510472

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan

Dengan ini saya menyatakan skripsi dengan judul **"PENGARUH DAYA TARIK WISATA, PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (Studi Kasus pada Pengunjung Wisata Talaga Surian Kabupaten Kuningan)"** ini beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam berkarya saya ini.

Kuningan, Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Bambang Rifaldo

NIM. 20220510472

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"BERTINDAKLAH DENGAN BERANI"

"Sepiro gedening sengsoro yen tinompo amung dadi cobo"
Seberat apapun cobaan dikehidupan kita, jika kita menjalaninya dengan hati yang ikhlas maka itu hanya akan menjadi cobaan semata.

PERSEMBAHAN

Persembahan kecil ini untuk kedua orang tua tercinta, sebagai bukti cinta saya kepada orang tua yang tak kenal lelah selalu memanjatkan doa yang luar biasa untuk anaknya dan memberikan kasih sayang serta dukungan dari awal hingga akhir.Terima kasih ayah dan ibu atas segala pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik anakmu.

ABSTRAK

Bambang Rifaldo. 20220510472. "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Promosi Media Sosial, dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus pada Pengunjung Wisata Talaga Surian Kabupaten Kuningan)". Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, 2026. Dibimbing oleh Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. dan Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata, promosi media sosial, dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 170 responden yang merupakan pengunjung objek wisata Talaga Surian Kabupaten Kuningan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala interval. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan bantuan IBM SPSS Statistics 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik wisata, promosi media sosial, dan citra destinasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Secara parsial, daya tarik wisata, promosi media sosial, dan citra destinasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Kata kunci: daya tarik wisata, promosi media sosial, citra destinasi, keputusan berkunjung.

ABSTRACT

Bambang Rifaldo. 20220510472. *"The Influence of Tourist Attraction, Social Media Promotion, and Destination Image on Tourists' Visiting Decisions (A Case Study of Visitors to Talaga Surian Tourist Attraction, Kuningan Regency)." Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Kuningan, 2026. Supervised by Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. and Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M.*

This study aims to examine the influence of tourist attraction, social media promotion, and destination image on tourists' visiting decisions. The research employed descriptive and verificative methods using a purposive sampling technique. The sample consisted of 170 respondents who had visited the Talaga Surian tourist attraction in Kuningan Regency. Data were collected through questionnaire distribution using an interval scale. The data analysis techniques included descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing, which were conducted using IBM SPSS Statistics 25.

The results indicate that tourist attraction, social media promotion, and destination image simultaneously have a positive and significant influence on tourists' visiting decisions. Furthermore, partially, tourist attraction, social media promotion, and destination image each have a positive and significant influence on tourists' visiting decisions.

Keywords: tourist attraction, social media promotion, destination image, visiting decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad SAW. kepada para sahabatnya, kepada keluarganya serta kepada kita selaku umatnya yang Insya Allah taat pada ajaran agama dan senantiasa mengamalkannya. Aamiin. Adapun judul skripsi yang peneliti ambil adalah **"Pengaruh Daya Tarik Wisata Promosi Media Sosial Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi kasus pada Pengunjung Wisata Talaga Surian Kabupaten Kuningan)''**

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan yang penulis perbuat. Oleh karena itu, penulis berharap mendapat kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini sesuai dengan harapan.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Kuningan, Juni 2026

Penulis,

Bambang Rifaldo

NIM. 20220510472

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul "Pengaruh Daya Tarik Wisata, Promosi Media Sosial, dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Talaga Surian Kabupaten Kuningan" disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga penulis yang senantiasa memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, semangat, serta doa yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, motivasi, bantuan, dan kepercayaan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Wely Hadi Gunawan S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Dr. H. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.

6. Enung Nurhayati S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Tatang Rois, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
9. Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing Akademik.
10. Kepada saudara-saudara saya dari Persaudaraan Setia Hati Terate (PSHT) Cabang Kuningan, Pusat Madiun, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan, semangat, kebersamaan, serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas rasa persaudaraan, perhatian, dan doa yang selalu diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Kepada teman-teman kopma WOC (Warung Orang Ciherang), penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan, kebersamaan, semangat, serta motivasi yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini
12. Kepada teman-teman kelas Manajemen-2022-02, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, serta bantuan yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas pengalaman, canda tawa, dan perjuangan bersama yang menjadi bagian berharga selama menempuh pendidikan. Semoga tali silaturahmi dan persahabatan tetap terjaga dengan baik.
13. Kepada perempuan terkasih berinisial LA, yang kehadirannya menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan, motivasi, semangat, perhatian, dan kasih sayang yang telah diberikan dengan sangat tulus. Terima kasih telah menjadi support system yang selalu meluangkan waktu untuk menemani penulis dalam mengerjakan skripsi, mendengarkan keluh kesah, serta selalu meyakinkan penulis bahwa penulis mampu dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaan yang diberikan sejak awal proses penelitian hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga segala kebaikan, perhatian, dan

ketulusan yang telah diberikan menjadi hal yang baik dan dapat dikenang dengan penuh makna oleh penulis.

14. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, semoga budi baik semua pihak yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca serta pihak- pihak lain yang berkepentingan pada umumnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
LEMBAR PERSETUJUAN
PERNYATAAN OTENTISITAS
MOTTO DAN PERSEMBAHANs
ABSTRAK i
***ABSTRACT* ..... ii**
KATA PENGANTAR iii
UCAPAN TERIMA KASIH iv
DAFTAR ISI vii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.4.1 Manfaat Teoritis 7
1.4.2 Manfaat praktis 7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS 9
2.1 Landasan Teori 9
2.1.1 Keputusan Berkunjung 9
2.1.3 Promosi Media Sosial 19
2.1.4 Citra Destinasi 21
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel 24
2.1.6 Penelitian Terdahulu 25
2.2 Kerangka Berpikir 34
2.3 Hipotesis 35
BAB III METODE PENELITIAN 37
3.1 Metode Penelitian 37
3.2 Operasionalisasi Variabel 37
3.2.1 Variabel Independen 38

3.2.2 Variabel Dependen....38
3.3 Populasi dan Sampel....40
3.3.1 Populasi....40
3.3.2 Sampel....40
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data....41
3.4.1 Data....41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data....41
3.5 Uji Instrumen....42
3.5.1 Uji Validitas....42
3.5.2 Uji Reliabilitas....46
3.6 Metode Analisis Data....49
3.6.1 Analisis Deskriptif....49
3.6.2 Uji Asumsi Klasik....51
3.6.3 Analisis Statistik....54
3.6.4 Analisis Uji Hipotesis....55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian....58
4.1.1. Talaga Surian....58
4.1.2. Gambaran Karakteristik Responden....59
4.2 Metode Analisis Data....62
4.2.1 Teknik Analisis Deskriptif....62
4.2.2 Uji Asumsi Klasik....73
4.2.3 Analisis Statistik....76
4.3 Uji Hipotesis....78
4.3.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t)....78
4.3.2 Uji Signifikan Simultan (Uji f)....79
4.4 Pembahasan....80
4.4.1 Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung....80
4.4.2 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung....81
4.4.3 Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung....82
4.4.4 Pengaruh Daya Tarik Wisata, Promosi Media Sosial Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung....83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 86
5.1 Kesimpulan 86
5.2 Saran 86
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN 92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Wisata Talaga Surian 2022-2024 3
Tabel 1.2 Pra Survey Keputusan Berkunjung 3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel 38
Tabel 3.2 Rentang Nilai Skor Angket 42
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Wisata 43
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Media Sosial.....44
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Destinasi 45
Tabel 3.6 Hasil Uji Variabel Daya Tarik Wisata 47
Tabel 3.7 Hasil Uji Variabel Promosi Media Sosial 48
Tabel 3.8 Hasil Uji Variabel Citra Destinasi 48
Tabel 3.9 Hasil Uji Variabel Keputusan Berkunjung 48
Tabel 3.10 Reapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian 49
Tabel 4.1 Karekteristik Responeden Berdasarkan Jenis Kelamin 59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....60
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan 61
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Deskriptif Daya Tarik Wisata.....62
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi Media Sosial 65
Tabel 4.6 Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Destinasi 68
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung.....70
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas 73
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....74
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi 75
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....76
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R2).....77
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....78
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji f).....79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 35
Gambar 4.1 Gambaran Kategori Variabel Daya Tarik Wisata 64
Gambar 4.2 Gambaran Kategori Variabel Promosi Media Sosial 67
Gambar 4.3 Gambaran Kategori Variabel Citra Destinasi.....70
Gambar 4.4 Gambaran Kategori Variabel Keputusan Berkunjung 72
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas 75