

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN CITRA DESTINASI
WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN MELALUI
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Kasus Wisata Kabupaten Jember)

TESIS



Oleh

DETA IRAMA KASIH
NIM. 2220414031

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN CITRA DESTINASI
WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN MELALUI
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**
(Studi Kasus Wisata Kabupaten Jember)

TESIS

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen
pada Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN CITRA DESTINASI
WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN MELALUI
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Kasus Wisata Kabupaten Jember)

Yang disusun Deta Irama Kasih telah disetujui untuk dipertahankan di depan Tim
Penguji Pada tanggal 08 Juli 2024

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Toni Herlambang, MM
NPK. 06 03 425

Dr. Abadi Sanosra, MM
NPK. 15 09 701


PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN CITRA
DESTINASI WISATA TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN MELALUI KEPUTUSAN BERKUNJUNG
WISATAWAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Yang disusun Deta Irama Kasih telah dipertahankan di depan Tim Penguji Pada tanggal
08 Juli 2024


Tim Penguji,
Ketua


Dr. Arik Susbiyani, SE., M.Si
NPK. 01 09 289

Anggota 1,


Dr. Toni Herlambang, MM
NPK. 06 03 425

Anggota 2,


Dr. Abadi Sanosra, S.E., MM
NPK. 05 09 478

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Maheni Ika Sari, S.E., MM
NIP. 197708112005012001

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tesis (Magister) ini dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

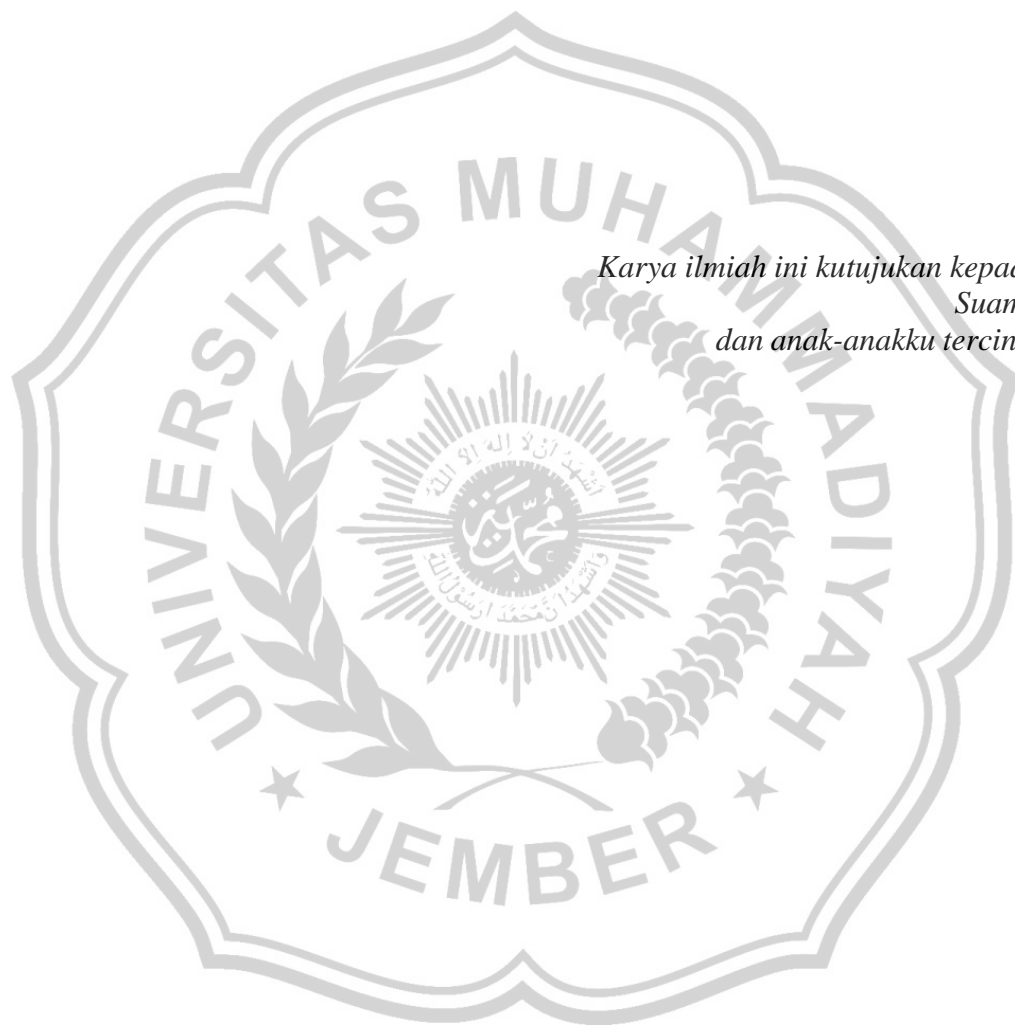
Jember,

2024

Mahasiswa



DETA IRAMA KASIH
NIM. 2220414031



*Karya ilmiah ini kutujukan kepada
Suami,
dan anak-anakku tercinta*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Karena dengan rahmat dan hidayahNya, penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Wisatawan Sebagai Variabel Intervening** (Studi Kasus Wisata Kabupaten Jember).

Dalam proses penyusunan tesis ini penulis telah memperoleh bantuan bimbingan dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, S.E,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Toni Herlambang, MM selaku pembimbing Utama yang selalu berkontribusi memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini berjalan sesuai dengan yang di harapkan.
5. Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M selaku pembimbing Pendamping yang selalu berkontribusi memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini berjalan sesuai dengan yang di harapkan.
6. Dr. Arik Susbiyani, SE, Msi selaku Ketua Tim Penguji yang telah memberikan motivasi dan arahan sehingga penelitian iniberjalan sesuai dengan yang di harapkan.
7. Seluruh Pengajar Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberikan transfer ilmu, pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga kepada penulis.
8. Segenap staf Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak membantu memberikan informasi dan penyiapan sarana prasarana dalam proses penyelesaian tesis ini.

9. Suami tercinta, anak-anakku dan keluarga atas dukungan, do'a, bantuan, pendampingan dan motivasi dalam seluruh tahapan kuliah hingga penyelesaian tesis ini.
10. Rekan – rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, khususnya angkatan 2023 yang selama ini telah banyak bekerjasama, saling memotivasi, kesempatan berdiskusi dan bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
11. Pimpinan dan rekan-rekan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember yang memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
12. Seluruh pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu penyelesaian tesis ini.

Mengingat keterbatasan sebagai manusia, penulis mengharapkan kritik yang konstruktif demi kesempurnaan tesis ini dan akhir kata semoga tesis ini berguna bagi pembaca dan peneliti yang akan datang.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Grand Theory	16
2.1.1 Sen’s Capability Approach.....	16
2.1.2 Proxemics Theory.....	17
2.1.3 Elaboration Likelihood Model (ELM) Theory	18
2.1.4 Social Proof Theory.....	19
2.2 Telaah Literatur.....	20
2.2.1 Kepuasan	20
2.2.1.1 Indikator Kepuasan	21
2.2.2 Keputusan Berkunjung.....	22
2.2.2.1 Indikator Keputusan Berkunjung	23
2.2.3 <i>Social Media Marketing</i>	24
2.2.3.1 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	26

2.2.4 Citra.....	27
2.2.4.1 Indikator Citra	28
2.3 Penelitian Terdahulu	30
2.4 Kerangka Konseptual.....	39
2.5 Pengembangan Hipotesis	40
2.5.1 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan	40
2.5.2 Citra Destinasi Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan	41
2.5.3 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan	41
2.5.4 Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	42
2.5.5 Keputusan Berkunjung Wisatawan Terhadap Kepuasan Wisatawan.....	42
2.5.6 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Wisatawan	43
2.5.7 Citra Destinasi Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung Wisatawan	44
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Desain Penelitian.....	45
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.3.1 Kepuasan Wisatawan	46
3.3.2 Keputusan Berkunjung.....	47
3.3.3 <i>Social Media Marketing</i>	48
3.3.4 Citra Pariwisata	49
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Data Primer	50
3.4.2 Data Sekunder	50
3.4.3 Proses Pengumpulan Data.....	50
3.5 Uji Hipotesis	51
3.5.1 Outer Model	51
3.5.2 Inner Model.....	52
3.5.2.1 Uji Pengaruh Langsung	52
3.5.2.2 Uji Pengaruh Tidak Langsung	52
3.5.2.3 Uji Pengaruh Total.....	52
3.5.2.4 Uji Koefisien Determinasi	52
3.5.2.5 Uji Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	53
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	54

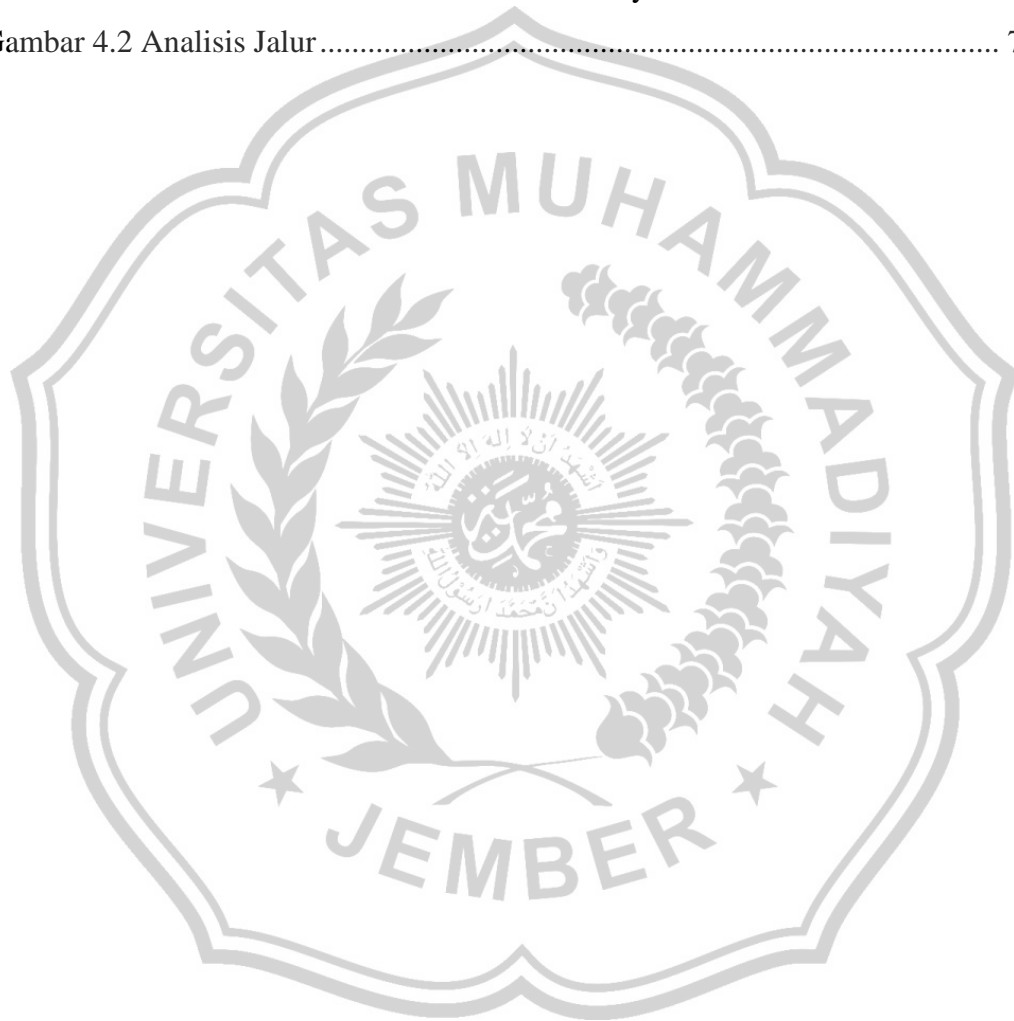
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1	Profil Wisata Kabupaten Jember.....	54
4.1.2	Profil Responden Penelitian.....	55
4.1.3	Statistik Deskriptif	59
4.2	Analisis Data	62
4.2.1	Outer Model	63
4.2.1.1	Uji Validitas	63
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	66
4.2.2	Inner Model.....	67
4.2.2.1	Kecocokan Model	67
4.2.2.2	Pengaruh Langsung.....	71
4.2.2.3	Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi).....	72
4.2.2.4	Pengaruh Total.....	73
4.3	Pembahasan.....	75
4.3.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan	75
4.3.2	Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan	77
4.3.3	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Berkunjung.....	79
4.3.4	Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung.....	81
4.3.5	Pengaruh Keputusan Berkunjung Terhadap Kepuasan Wisatawan	83
4.3.6	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung.....	85
4.3.7	Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Keputusan Berkunjung.....	87
BAB 5	PENUTUP	90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Keterbasan.....	91
5.3	Saran	93
5.3.1	Bagi Pariwisata Kabupaten Jember.....	93
5.3.2	Bagi Penelitian Lanjutan.....	95
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN.....		103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Kabupaten Jember	4
Tabel 1.2 Kepuasan Wisatawan Kabupaten Jember	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Sampel Tempat Wisata Kabupaten Jember.....	46
Tabel 4.1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.2 Frekuensi Usia Responden.....	57
Tabel 4.3 Frekuensi Pendidikan Responden	58
Tabel 4.4 Hasil Sebaran Jawaban Responden Variabel Social Media Marketing	59
Tabel 4.5 Hasil Sebaran Jawaban Responden Variabel Citra Destinasi	60
Tabel 4.6 Hasil Sebaran Jawaban Responden Variabel Keputusan Berkunjung ..	60
Tabel 4.7 Hasil Sebaran Jawaban Responden Variabel Kepuasan Wisatawan	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Social Media Marketing	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Destinasi	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Wisatawan	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Kecocokan Model.....	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Pengaruh Langsung	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Mediasi	73
Tabel 4.16 Pengaruh Langsung.....	74
Tabel 4.17 Rekapitulasi Hasil Hipotesis Penelitian	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Plot Penelitian Terdahulu.....	10
Gambar 2.1 <i>Grand Theory</i>	16
Gambar 2.2 Kerangka Konsep	39
Gambar 4.1 Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Jember.....	54
Gambar 4.2 Analisis Jalur.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisiner	103
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	107
Lampiran 3. Output Warp Pls	112

