

**EFEKTIVITAS DAYA TARIK DAN PROMOSI DIGITAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KAWASAN
WISATA PANTAI KABUPATEN JEMBER DENGAN MINAT
KUNJUNGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

TESIS



Oleh :

**ANITA EKA NAVALINA
2220412013**

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

**EFEKTIVITAS DAYA TARIK DAN PROMOSI DIGITAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KAWASAN
WISATA PANTAI KABUPATEN JEMBER DENGAN MINAT
KUNJUNGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

TESIS

**Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen
(MM) pada program studi Magister Manajemen Universitas
Muhammadiyah Jember**



Oleh :

**ANITA EKA NAVALINA
2220412013**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertantada tangan di bawah ini :

Nama : ANITA EKA NAVALINA
NIM : 2220412013
Prodi : Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul: Efektivitas Daya Tarik Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Wisata Pantai Kabupaten Jember Dengan Minat Kunjungan Sebagai Variabel Intervening adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah. Serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut,

Jember, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



ANITA EKA NAVALINA

2220412013

PERSETUJUAN PEMBIMBING

EFEKTIVITAS DAYA TARIK DAN PROMOSI DIGITAL
TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI KAWASAN
WISATA PANTAI KABUPATEN JEMBER DENGAN MINAT
KUNJUNGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

ANITA EKA NAVALINA

2220412013

Pembimbing:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Toni Herlambang, S.E., M.M.
NPK. 196902010603424

Dr. Abadi Sanosra, S.E., M.M.
NPK. 1978071810509478


PENGESAHAN TESIS

Tesis berjudul : *Efektivitas Daya Tarik Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Wisata Pantai Kabupaten Jember Dengan Minat Kunjungan Sebagai Variabel Intervening*

Yang disusun oleh Anita Eka Navalina telah diuji dan disahkan oleh Prodi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 12 Juli 2024
Tempat : Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah
Jember

Tim Penguji,
Ketua,


Dr. Nursaid, ST, MM
NPK. 1969031211509701

Anggota 1



Dr. Toni Herlambang, S.E., M.M.
NPK. 196902010603424

Anggota 2


Dr. Abadi Sanesra, S.E., M.M.
NPK. 1978071810509478

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


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

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadirat Allah SWT terucap atas segala karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Efektivitas Daya Tarik Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Berkunjung Di Kawasan Wisata Pantai Kabupaten Jember Dengan Minat Kunjungan Sebagai Variabel Intervening”

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga memerlukan beberapa perbaikan beberapa kritik dan saran. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Penelitian ini dapat diselesaikan dengan bantuan dari berbagai pihak yang berada di sekitar penulis, oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih sedalam– dalamnya kepada:

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

8. Ibu, Suami, dan anak-anakku tercinta, terima kasih atas dukungan, do'a, bantuan, pendampingan dan motivasi dalam seluruh tahapan kuliah hingga penyelesaian tesis ini.
9. Rekan – rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, khususnya angkatan 2022 reguler yang selama ini telah banyak bekerjasama, saling memotivasi, kesempatan berdiskusi dan bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
10. Seluruh pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu penyelesaian tesis ini.

Sebagai manusia penulis menyadari bahwa mungkin terdapat beberapa hal yang kurang berkenan dalam pengerjaan tesis ini harap menjadi koreksi untuk karya yang akan datang dan semoga ini bermanfaat serta dapat digunakan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jember, 12 Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN TESIS	iv
PENGESAHAN TESIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Teori	12
2.2 Telaah Literatur.....	14
2.2.1 Manajemen Pemasaran	14
2.2.2 Daya Tarik.....	15
2.2.3 Promosi Digital.....	18
2.2.4 Minat Berkunjung.....	20
2.2.5 Keputusan Berkunjung	23
2.3 Penelitian Terdahulu	25
2.4 Kerangka Konseptual	36
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Desain Penelitian	50
3.2 Populasi dan Sampel	53
3.3 Definisi Operasional Variabel	55
3.4 Lokasi Penelitian.....	57
3.5 Waktu Penelitian	58
3.6 Teknik Pengumpulan Data	58
3.7 Teknik Analisis	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	66
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66

4.2 Karakteristik Responden	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	68
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	70
4.3.1. Variabel Efektivitas daya tarik	70
4.3.2. Variabel Promosi digital	73
4.3.3. Variabel Minat kunjungan	75
4.3.4. Variabel Keputusan berkunjung	77
4.4 Hasil Analisa Data.....	80
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	80
4.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	82
4.4.3 Rangkuman Uji Hipotesis	90
4.5 Pembahasan	91
4.5.1 Pengaruh Daya tarik wisata Terhadap Minat berkunjung	91
4.5.2 Pengaruh Promosi digital destinasi wisata Terhadap Minat berkunjung	93
4.5.3 Pengaruh Promosi digital destinasi wisata Terhadap Minat berkunjung	95
4.5.4 Pengaruh Promosi digital destinasi wisata Terhadap Keputusan berkunjung wisatawan	97
4.5.5 Pengaruh Minat berkunjung Terhadap Keputusan berkunjung wisatawan	99
4.5.6 Pengaruh daya tarik wisata terhadap Keputusan berkunjung wisatawan melalui Minat berkunjung	101
4.5.7 Pengaruh Promosi digital destinasi wisata terhadap Keputusan berkunjung wisatawan melalui Minat berkunjung	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Jember.....	4
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	68
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.4	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Efektivitas daya tarik	70
Tabel 4.5	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Promosi digital	73
Tabel 4.6	Distribusi Responden atas Jawaban Variabel Minat kunjungan	75
Tabel 4.7	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Keputusan berkunjung wisatawan	78
Tabel 4.8	<i>Combined loadings and cross-loadings</i>	80
Tabel 4.9	<i>Average Variances Extracted</i>	81
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas.....	82
Tabel 4.11	Uji Model Penelitian	82
Tabel 4.12	Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung.....	85
Tabel 4.13	Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	87
Tabel 4.14	<i>Total Effects</i>	88
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Teori	14
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1	Model Hipotesis.....	84

