



**PENGARUH SOSIAL MEDIA *MARKETING*, DAYA TARIK,
PERSEPSI HARGA, FASILITAS, DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PARIWISATA
WALICUNG PARK PAGUYANGAN**

SKRIPSI

Oleh:

WAFAL HANA

41221118

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS PERADABAN

BUMIAYU

2025



**PENGARUH SOSIAL MEDIA *MARKETING*, DAYA TARIK,
PERSEPSI HARGA, FASILITAS, DAN CITRA DESTINASI
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PARIWISATA
WALICUNG PARK PAGUYANGAN**

SKRIPSI

Oleh:

WAFAL HANA

41221118

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN

UNIVERSITAS PERADABAN

BUMIAYU

2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wafal Hana

NIM : 41221118

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomik dan Bisnis

Judul : Pengaruh Sosial Media *Marketing*. Daya Tarik, Pesrepsi
Harga, Fasilitas, dan Citra Destinasi Terhadap Minat
Berkunjung Pariwisata Walicung Park Paguyangan

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila ternyata di dalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi, baik skripsi berserta gelar sarjana saya dibatalkan serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Bumiayu,.....2025

Yang menyatakan



Wafal Hana
Nim. 41221118

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, DAYA TARIK, PERSEPSI HARGA, FASILITAS, DAN CITRA DESTINASI TERHADAP MINAT BERKUNJUNG PARIWISATA WALICUNG PARK PAGUYANGAN**

Oleh

Nama : Wafal Hana

NIM : 41221118

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 11 September 2025

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Dr. Qori Al Banin S.E., M.SI

NIDN.0607098601

Dosen Penelaah/Penguji I

Sarah Dien Hawa S.E., M.SI

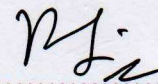
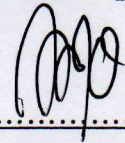
NIDN. 0622059001

Dosen Penelaah/Penguji II

Rizki Amalia, S.Kom., MM

NIDN.0607099402

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan
Pada tanggal September

Dekan

Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Mukhlis, S.E., M.M
NIPY.16.02.120

Ketua

Jurusan Manajemen



Sarah Dien Hawa, S.E., M.SI
NIPY. 16.01.101

MOTTO

Anda ingin mengetahui siapa diri Anda? Jangan bertanya. Beraksilah!

(Thomas Jefferson)

Kamu tidak perlu menjadi luar biasa untuk memulai, tapi kamu harus memulai
untuk menjadi luar biasa.

(Zig Ziglar)

Anda mungkin bisa menunda, tapi waktu tidak akan menunggu.

(Benjamin Franklin)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk

Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sukri dan Ibu Daryati yang selalu mendukung dan mendoakan perjuangan saya dalam menempuh pendidikan hingga sampai selesainya penyusunan skripsi ini.

Juga untuk Kakak saya tersayang, Sulfiana yang tidak menjadi saudara, tetapi juga menjadi teman dikala saya mulai merasa jenuh.

KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehadiran Allah Swt., yang telah memberikan ragam kenikmatan sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Sosial Media *Marketing*, Daya Tarik, Persepsi Harga, Fasilitas, dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Pariwisata Walicung Park Paguyangan” dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw., yang telah membawa kita menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti sekarang. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan bimbingan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku ketua Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban sekaligus selaku dosen penguji 1 skripsi penulis yang telah memberikan saran dan perbaikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Qori Al Bani, S.E., M.Si., yang telah memberikan bimbingan dengan sabar, mengarahkan, dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Rizki Amalia, S.Kom., MM yang telah memberikan bimbingan dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sukri dan Ibu Daryati yang tidak pernah berhenti mendoakan, selalu memberikan banyak cinta dan kasih sayang, dan selalu menjadi sumber semangat bagi penulis.
8. Kakak tercinta, Sulfiana S.Pd., yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
9. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2021 yang telah berjuang bersama dan saling mendukung dalam menyelesaikan skripsi.
10. Semua pihak yang telah berjasa dalam penulisan skripsi semoga kebaikan dan bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah Swt.

Semoga semua bantuan, doa, motivasi, dan bimbingan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah Swt. Penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bumiayu,.....2025

Penulis

Wafal Hana
Nim. 41221118

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *media sosial marketing*, daya tarik, persepsi harga, fasilitas, dan citra destinasi terhadap minat berkunjung wisata Walicung Park Paguyangan. Berdasarkan data pendapatan Walicung Park Paguyangan bulan April tahun 2023 sampai bulan Desember 2024, dapat diketahui terdapat kenaikan dan penurunan pendapatan pariwisata tersebut. Hal tersebut dapat terjadi karena berbagai faktor seperti musim liburan, cuaca, ketersediaan fasilitas baru, rekomendasi positif, dan promosi atau diskon. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data dikumpulkan dari sejumlah wisatawan wisata Walicung Park Paguyangan diberbagai wilayah melalui kuosioner yang disebarakan melalui sosial media dengan jumlah 97 responden. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa dari lima variabel terdapat dua variabel yang tidak berpengaruh positif dan tiga variabel menunjukkan hasil yang berpengaruh positif terhadap penelitian. Dari ke lima variabel tersebut daya tarik di temukan sebagai variabel dengan pengaruh terkuat, diikuti dengan media sosial, fasilitas, citra destinasi dan persepsi harga. Hasil penelitian ini menunjukan *media sosial marketing* berpengaruh positif, daya tarik berpengaruh positif, persepsi harga tidak berpengaruh positif, fasilitas berpengaruh positif, dan citra destinasi tidak berpengaruh positif.

Kata Kunci: *Media sosial marketing*, Daya Tarik, Persepsi Harga, Fasilitas, Citra Destinasi, Walicung Park Paguyangan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social media marketing, attractiveness, price perception, facilities, and destination image on the interest in visiting Walicung Park Paguyangan. Based on income data from Walicung Park Paguyangan from April 2023 to December 2024, it can be seen that there are increases and decreases in tourism income. This can happen due to various factors such as holiday season, weather, availability of new facilities, positive recommendations, and promotions or discounts. This study uses a quantitative method with data collected from a number of tourists visiting Walicung Park Paguyangan in various regions through questionnaires distributed via social media with a total of 97 respondents. The results of this analysis show that of the five variables, two variables have no positive effect and three variables show positive results on the study. Of the five variables, attractiveness was found to be the variable with the strongest influence, followed by social media, facilities, destination image, and price perception. The results of this study show that social media marketing has a positive effect, attractiveness has a positive effect, price perception does not have a positive effect, facilities have a positive effect, and destination image does not have a positive effect.

Keywords: *Social Media Marketing, Attractiveness, Price Perception, Facilities, Destination Image, Walicung Park Paguyangan.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8

	2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II	TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN.....	9
A.	Telaah pustaka.....	9
	1. Minat Berkunjung	9
	2. Media Sosial.....	9
	3. Daya Tarik.....	10
	4. Presepsi Harga.....	11
	5. Fasilitas	12
	6. Citra Destinasi.....	13
B.	Perumusan Model Penelitian.....	14
	1. Penelitian Terdahulu	14
	2. Perumusan Hipotesis	19
	3. Model Penelitian	23
BAB III	METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	24
A.	Metode Penelitian.....	24
	1. Jenis penelitian.....	24
	2. Lokasi Penelitian	24
	3. Waktu Penelitian	24
	4. Populasi dan Sampel	24
	5. Sumber Data.....	26

6.	Teknik pengumpulan Data	26
7.	Definisi dan Operasional Variabel	26
B.	Teknik Analisis Data	30
1.	Uji Instrumen	30
2.	Analisis Deskriptif	32
3.	Uji Asumsi Klasik	34
4.	Analisis Regresi Linier Berganda	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
1.	Profil Wisata Walicung Park Paguyangan	39
2.	Karakteristik Responden	40
B.	Teknik Analisis Data	42
1.	Uji Instrumen	42
2.	Analisis Deskriptif	43
3.	Asumsi klasik	52
4.	Analisis Regresi Linear Berganda	53
C.	Pembahasan	57
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	62
A.	Kesimpulan	62
B.	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	64

LAMPIRAN.....	67
---------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Tujuan Kabupaten Brebes Tahun 2021-2024.....	1
Tabel 2. Pendapatan Walicung Park Bulan April 2023 – 2024.	2
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	26
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan)	27
Tabel 5. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan)	28
Tabel 6. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan)	29
Tabel 7. Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 8. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 9. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Telahir	41
Tabel 10. Hasil Uji validitas.....	42
Tabel 11. Hasil uji Reliabilitas.....	43
Tabel 12. Jawaban Responden untuk Variabel Minat Berkunjung (Y)	44
Tabel 13. Jawaban Responden untuk Variabel Media Sosial (X1).....	44
Tabel 14. Jawaban Responden untuk variabel Daya Tarik (X2)	47
Tabel 15. Jawaban Responden untuk Variabel Presepsi Harga (X3).....	48
Tabel 15. Jawaban Responden untuk Variabel Presepsi Harga (Lanjutan)	49
Tabel 16. Jawaban Responden untuk Variabel Fasilitas (X4)	50
Tabel 17. Jawaban Responden untuk Variabel Citra Destinasi (X5).....	51
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 19. Hasil Uji Multikolonieritas	53
Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 21. Hasil Regresi Linear Berganda	54

Tabel 22. Hasil Uji T.....	55
Tabel 23. Hasil Uji F.....	56
Tabel 24. <i>R-Squared</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	23
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel Minat Berkunjung (Y)	71
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Minat Berkunjung (Lanjutan)	72
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Minat Berkunjung (Lanjutan)	73
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Media Sosial (X1)	74
Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Media Sosial (Lanjutan)	75
Lampiran 7. Tabulasi Data Variabel Media Sosial (Lanjutan)	76
Lampiran 8. Tabulasi Data Variabel Daya Tarik (X2)	77
Lampiran 9. Tabulasi Data Variabel Daya Tarik (Lanjutan)	78
Lampiran 10. Tabulasi Data Variabel Daya Tarik (Lanjutan)	79
Lampiran 11. Tabulasi Data Variabel Persepsi Harga (X3)	80
Lampiran 12. Tabulasi Data Variabel Persepsi Harga (Lanjutan)	81
Lampiran 13. Tabulasi Data Variabel Persepsi Harga (Lanjutan)	82
Lampiran 14. Tabulasi Data Variabel Fasilitas (X4)	83
Lampiran 15. Tabulasi Data Variabel Fasilitas (Lanjutan)	84
Lampiran 16. Tabulasi Data Variabel Fasilitas (Lanjutan)	85
Lampiran 17. Tabulasi Data Variabel Citra Destinasi (X5)	86
Lampiran 18. Tabulasi Data Variabel Citra Destinasi (Lanjutan)	87
Lampiran 19. Tabulasi Data Variabel Citra Destinasi (Lanjutan)	88
Lampiran 20. Hasil Uji Validitas	89
Lampiran 21. Uji Validitas Variabel Minat Berkunjung (Y)	90
Lampiran 22. Uji Validitas Variabel Harga (X1)	91
Lampiran 23. Uji Validitas Variabel Daya Tarik (X2)	92

Lampiran 24. Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X3)	93
Lampiran 25. Uji Validitas Variabel Fasilitas (X4)	94
Lampiran 26. Uji Validitas Variabel Citra Destinasi (X5).....	95
Lampiran 27. Hasil Uji Realibilitas	96
Lampiran 28. Uji Reliabilitas Variabel Minat Berkunjung (Y)	97
Lampiran 29. Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (X1).....	98
Lampiran 30. Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik (X2).....	99
Lampiran 31. Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga (X3)	100
Lampiran 32. Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X4)	101
Lampiran 33. Uji Reliabilitas Variabel Citra Destinasi (X5).....	102
Lampiran 34. Hasil Uji Asumsi Klasik	103
Lampiran 35. Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov test</i>	104
Lampiran 36. Uji Normalitas Histogram.....	105
Lampiran 37. Uji Normalitas Normal P-Plot	106
Lampiran 38. Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i>	107
Lampiran 39. Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	108
Lampiran 40. Uji Multikolinearitas	109
Lampiran 41. Analisis Regresi Linear Berganda	110
Lampiran 42. Uji T	111
Lampiran 43. Uji F.....	112
Lampiran 44. Hasil Uji <i>R-Square</i>	113
Lampiran 45. Daftar Riwayat Hidup Penulis.....	114