

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAMU DI ASTON
BANYUWANGI HOTEL & CONFERENCE CENTER**

LAPORAN TUGAS AKHIR



**Oleh :
CHOIRUM NURIL MUZIZAH
NIM. 362093301012**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI
2024**

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAMU DI ASTON
BANYUWANGI HOTEL & CONFERENCE CENTER**

LAPORAN TUGAS AKHIR



**Tugas Akhir Ini Dibuat dan Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Kelulusan
Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Pariwisata dan Mencapai
Gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr. Par)**

Oleh :

CHOIRUM NURIL MUZIZAH

NIM. 362093301012

**PROGRAM STUDI DIPLOMA IV
MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BANYUWANGI
2024**

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Suatu usaha tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada semua pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis mempersembahkan karya ini kepada :

1. Ibunda dari penulis yang merupakan seorang wanita mandiri yang luar biasa, Ibu Wagiyem, serta keluarga penulis yang tak henti memberikan dukungan moral, motivasi, serta doa-doa terbaik bagi penulis.
2. Beasiswa KIP-Kuliah yang telah mengantarkan saya mengemban pendidikan yang lebih layak tanpa membebani orangtua.
3. Ibu Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing yang sangat baik hati memberikan waktu, kesempatan, nasehat, motivasi serta pengarahan dengan penuh kesabaran kepada penulis yang masih banyak kurangnya ini.
4. Ibu Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc., selaku dosen pembimbing yang telah banyak sekali membimbing dan memberikan dorongan motivasi dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd., dan Ibu Reni Nur Jannah, S.ST., M.Par. selaku dosen penguji yang juga meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan memberikan pengarahan dalam menyelesaikan penyusunan laporan ini.
6. Kepada seluruh dosen-dosen dan staf Politeknik Negeri Banyuwangi khususnya program studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Terimakasih atas segala ilmu pengetahuan kepada saya hingga dapat mengantarkan saya meraih gelar S.Tr.Par.
7. Ferdy Ardiansyah, laki-laki hebat dan sabar yang selalu menemani, mengingatkan, dan memberi dukungan serta semangat kepada penulis.
8. Teman dan sahabat seperjuangan, Leny Istya hartanti, Shella Meta Dini Arrahma, Trisky Febrian Zalsa Billah, Yoga Irawan yang selalu memberikan motivasi, nasehat dan dukungan yang sangat luar biasa yang selalu meluangkan waktunya untuk membantuku selama penelitian.
9. Penulis ucapkan terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir ini. Mohon maaf penulis tidak bisa menyebutkan satu-

persatu, tanpa kalian semua, penulis tidak dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya

MOTTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

"Orang-orang yang bersungguh-sungguh dalam mencari keridhaan kami, maka benar-benar akan kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan kami. Dan sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik."

(QS. al-Ankabut ayat 69)

"Sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan."

(Q.S Al-Insyirah: 5)

"Kesuksesan bukanlah hasil dari keberuntungan semata, melainkan proses perjuangan yang telah ditempuh dengan penuh pengorbanan. Jalani, Nikmati dan Syukuri"

(Penulis)

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Choirum Nuril Muzizah

NIM : 362093301012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial *Instagram* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Tamu di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan/plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Banyuwangi, 01 April 2024

Yang Menyatakan



Choirum Nuril Muzizah
NIM. 362093301012

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAMU DI ASTON
BANYUWANGI HOTEL & CONFERENCE CENTER**

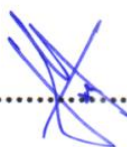
**Tugas Akhir Ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr. Par) Politeknik Negeri Banyuwangi**

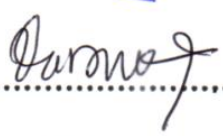
Oleh :

**Choirum Nuril Muzizah
NIM. 362093301012**

Tanggal Ujian : 30 APR 2024

Menyetujui,

Pembimbing 1 : Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd. (.....)

Pembimbing 2 : Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc. (.....)

Penguji 1 : Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd. (.....)

Penguji 2 : Reni Nur Jannah, S.ST., M.Par. (.....)

Mengesahkan,
Ketua Jurusan Pariwisata



Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M.
NIP. 198912262018031001

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Pariwisata



Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc.
NIP. 199006142022031003

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

PENGARUH MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAMU DI ASTON BANYUWANGI HOTEL & CONFERENCE CENTER

Nama Mahasiswa : Choirum Nuril Muzizah
NIM : 362093301012
Pembimbing : 1. Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc.
2. Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd.

ABSTRAK

Seiring berkembangnya pariwisata di Banyuwangi usaha pendukung pariwisata juga mulai banyak didirikan. Seperti usaha pariwisata biro perjalanan, akomodasi dan juga restoran. Penelitian ini membahas tentang salah satu usaha pendukung pariwisata yang ada di Banyuwangi, yaitu akomodasi/hotel. Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center merupakan hotel pertama di Banyuwangi yang berada di bawah jaringan *Archipelago International*. Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center memanfaatkan salah satu platform *social media* yaitu *instagram* untuk berbagi foto dan video dengan tujuan untuk mempermudah konsumen dalam proses pencarian informasi. Jumlah *followers instagram* Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center sebanyak 7.815 periode (Desember, 2023) akan tetapi jika dibandingkan dengan jumlah *followers instagram* hotel kompetitor masih terbilang cukup rendah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sosial media *instagram* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian tamu. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dan untuk penentuan sampelnya menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Pengolahan data penelitian menggunakan alat uji statistic meliputi uji instrumen data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 23. Hasil dari penelitian menunjukkan variabel media sosial *instagram* dan variabel *brand awareness* berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian tamu. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,751 atau 75,1%, dapat disimpulkan bahwa media sosial *instagram* dan *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian tamu, dimana sisanya 0,249 atau 24,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : *Instagram*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

THE INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AND BRAND AWARENESS ON GUEST PURCHASING DECISIONS AT ASTON BANYUWANGI HOTEL & CONFERENCE CENTER

By : Choirum Nuril Muzizah
Student Identity Number : 362093301012
Supervisor : 1. Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc.
2. Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd.

ABSTRACT

As tourism develops in Banyuwangi, tourism support businesses are also starting to be established. Such as tourism businesses, travel agencies, accommodation and restaurants. This research discusses one of the tourism supporting businesses in Banyuwangi, namely accommodation/hotels. Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center is the first hotel in Banyuwangi under the Archipelago International network. Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center utilizes one of the social media platforms, namely Instagram, to share photos and videos with the aim of making it easier for consumers to search for information. The number of Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center Instagram followers is 7,815 for the period (December 2023), but when compared with the number of Instagram followers of competing hotels, it is still quite low. The purpose of this research is to determine the influence of Instagram social media and brand awareness on guest purchasing decisions. This type of research is associative quantitative research. The sampling technique used nonprobability sampling and to determine the sample used purposive sampling with a total of 100 respondents. Processing research data using statistical testing tools includes data instrument testing, classical assumption testing and hypothesis testing using SPSS version 23. The results of the research show that the Instagram social media variable and the brand awareness variable have a significant positive effect on guest purchasing decisions. The coefficient of determination value is 0.751 or 75.1%, it can be concluded that Instagram social media and brand awareness influence guest purchasing decisions, where the remaining 0.249 or 24.9% is influenced by other variables not included in this research.

Keywords: Instagram, Brand Awareness, Purchasing Decisions

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Instagram dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Tamu di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center”** dengan baik dan sesuai waktu yang telah ditentukan.

Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik karena bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang turut membantu dalam penyelesaian laporan ini, khususnya kepada :

1. Bapak M. Shofi’ul Amin, S.T., M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Banyuwangi.
2. Bapak Dedy Hidayat Kusuma, S.T., M.Cs., selaku Wakil Direktur I Bidang Akademik Politeknik Negeri Banyuwangi.
3. Bapak Adetiya Prananda Putra, S.ST., M.M. selaku Ketua Jurusan Pariwisata
4. Bapak Ahmadintya Anggit Hanggraito, S.A.B., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
5. Ibu Eka Afrida Ermawati, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing yang sangat baik hati memberikan waktu, kesempatan, nasehat, motivasi serta pengarahan dengan penuh kesabaran kepada penulis yang masih banyak kurangnya ini.
6. Ibu Esa Riandy Cardias, S.Par., M.Sc., selaku dosen pembimbing yang telah banyak sekali membimbing dan memberikan dorongan motivasi dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Bapak Putu Ngurah Rusmawan, S.Pd., M.Pd., dan Ibu Reni Nur Jannah, S.ST., M.Par. selaku dosen penguji yang juga meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan memberikan pengarahan dalam menyelesaikan penyusunan laporan ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Politeknik Negeri Banyuwangi pada umumnya, Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata pada khususnya.
9. Ibu Anita Okta Yulian selaku *Human Resources Departement* terima kasih telah memberikan ijin pengambilan data dalam penelitian di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center.
10. Para informan dan responden yang telah memberikan banyak informasi terkait penelitian di Aston Banyuwangi Hotel & Conference Center.

11. Keluarga Penulis terutama ibu dan orang-orang tersayang yang memberikan doa, semangat dan dukungan moral maupun materi selama kuliah dan melakukan penelitian.
12. Seluruh rekan maupun teman-teman Manajemen Bisnis Pariwisata yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan support baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membaca. Amin.

Banyuwangi, 02 April 2024

Penulis

Choirum Nuril Muzizah
NIM. 362093301012

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO.....	v
PERNYATAAN	vii
LEMBAR PENGESAHAN.....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Batasan Masalah	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pariwisata	9
2.1.2 Industri Pariwisata.....	9
2.1.3 Hotel.....	10
2.1.4 Produk Hotel	12
2.1.5 Layanan Hotel	13
2.1.6 Media Sosial <i>Instagram</i>	14
2.1.7 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	15
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Hipotesis	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	27

3.2 Pendekatan penelitian.....	28
3.3 Teknik pengumpulan Data	28
3.4 Populasi	30
3.5 Sampel.....	30
3.6 Definisi Operasional.....	31
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.7.1 Uji Instrumen Data	32
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.7.3 Uji Hipotesis	35
3.8 Kerangka Pemikiran	38
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.2 Gambaran Umum Responden	42
4.3 Hasil Analisis	46
4.3.1 Hasil Uji Instrumen	46
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	50
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
BAB 5 PENUTUP.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
Lampiran 1. Kuesioner.....	65
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	69
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	73
Lampiran 4. Hasil Pengolahan Aplikasi SPSS Versi 23	77
Lampiran 5. Dokumentasi	83
Lampiran 6. Biodata Penulis	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hotel dan Resort di Kota Banyuwangi.....	2
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	21
Tabel 3.1 Jadwal Perkiraan Waktu Penelitian	28
Tabel 3.2 Skala Jawaban Setiap Instrumen Menggunakan Skala <i>Likert</i>	29
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Bebas.....	31
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Terikat.....	32
Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Nama Akun <i>Instagram</i>	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Mengikuti Akun <i>Instagram</i> (@Astonbanyuwangi).....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Pernah Membeli Produk dan Layanan Aston Banyuwangi Hotel & <i>Conference Center</i>	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Korelasi Ganda.....	51
Tabel 4.12 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.14 Hasil Uji t (parsial)	52
Tabel 4.15 Hasil Uji F (simultan)	54

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Tamu Domestik dan Mancanegara yang Menginap di Hotel Bintang Banyuwangi	1
Gambar 1.2 Tampilan Media Sosial <i>Instagram</i>	4
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	16
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	17
Gambar 2.3 Hipotesis penelitian	24
Gambar 3.1 Lokasi Penelitian	27
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1 Aston Banyuwangi Hotel & <i>Conference Center</i>	41
Gambar 4.2 Tampilan Postingan Media Sosial <i>Instagram</i>	55
Gambar 4.3 Tampilan <i>Website Archipelago</i> Internasional	56

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	65
Lampiran 2. Karakteristik Responden	69
Lampiran 3. Tabulasi Data	73
Lampiran 4. Hasil Pengolahan Aplikasi SPSS Versi 23.....	77
Lampiran 5. Dokumentasi	83
Lampiran 6. Biodata Penulis.....	85

“Halaman ini sengaja dikosongkan”