

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT MENGUNJUNGI OBJEK WISATA PULAU PAHAWANG KABUPATEN PESAWARAN LAMPUNG

Oleh

Semion Kaban

Penelitian ini membahas seberapa besar pengaruh media sosial terhadap niat mengunjungi ke objek wisata Pulau Pahawang Kabupaten Pesawaran Lampung. Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data kuisisioner atau angket. Sampel penelitian ini adalah wisatawan yang belum pernah mengunjungi objek wisata pulau pahawang dan yang mengikuti media sosial Pulau Pahawang. Metode pengambilan data menggunakan Purposive Sampling. Jumlah sampel yang sesuai dengan kriteria kemudian dapat diolah adalah 100 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh variabel media sosial terhadap niat mengunjungi objek wisata Pulau Pahawang sebesar 85,1%. Koefisien korelasi dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif atau searah, artinya jika variabel x tinggi maka variabel y akan meningkat pula. Dengan begitu, 85,1% variabel niat mengunjungi objek wisata Pulau Pahawang adalah kontribusi dari variabel media sosial, sedangkan sisanya 14,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Media sosial, Niat Mengunjungi, Objek wisata Pulau Pahawang.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON THE INTENTION OF VISITING TOURISM OBJECTS PAHAWANG ISLAND, PESAWARAN REGENCY, LAMPUNG

By

Semion Kaban

This study discusses how much influence social media has on the intention to visit the tourist attraction Pahawang Island, Pesawaran Regency, Lampung. Research is using the technique data collection of questionnaires or questionnaires. Samples of research this is a traveler who has not ever visited attractions tourist island Pahawang and who follow media socially Island Pahawang. Methods of collection of data using purposive sampling. The number of samples that correspond to the criteria then can be processed is 100 respondents. Testing the hypothesis in the research is to use analysis regression linear simple. The results of the research of this is the effect of variable media social to the intention of visiting the attractions tourist island of Pahawang by 85,1%. Correlation coefficient in this study shows the results of the positive or unidirectional, meaning that if the variable x height then the variable y will be rising as well. With that, 85,1% variabel intention of visiting attractions tourist island of Pahawang is the contribution of variable media social , whereas the remaining 14.9% influenced by variables other is not listed in the study of this .

Keywords : Media social, Intention Visiting, Object tourist island of Pahawang.