

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	14
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	14
1.1.1 Gambaran Umum Dinas Pariwisata Pemda Kebumen	14
1.1.2 Gambaran Umum Instagram @plesirbumen	14
1.1.3 Visi dan Misi	16
1.1.4 Logo	16
1.1.5 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Kebumen	17
1.2 Latar Belakang	17
1.3 Identifikasi Masalah	27
1.4 Pembatasan Masalah	28
1.5 Tujuan Penelitian	28
1.6 Kegunaan Penelitian	28
1.6.1 Kegunaan Teoritis	28
1.6.2 Kegunaan Praktis	29
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	30
BAB II	31
2.1 Rangkuman Teori	31
2.1.1 Promosi	31
2.1.2 Media Baru (The New Media)	32
2.1.3 Media Sosial	33
2.1.4 Instagram	37
2.1.5 Instagram Sebagai Media Promosi	40
2.1.6 Model AISAS	41

2.1.7 Keputusan Kunjungan	43
2.1.8 Wisatawan	45
2.2 Penelitian Terdahulu.....	46
2.3 Kerangka Pemikiran.....	54
2.4 Hipotesis Penelitian	55
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	56
2.5.1 Variabel Penelitian	56
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	56
BAB III.....	57
3.1 Jenis Penelitian	57
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	58
3.2.1 Operasional Variabel	58
3.2.2 Skala Pengukuran.....	60
3.3 Populasi dan Sampel	61
3.3.1 Populasi.....	61
3.3.2 Sampel.....	61
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	63
3.5.1 Uji Validitas.....	63
3.5.2 Hasil Uji Validitas.....	64
3.5.3 Uji Reliabilitas.....	65
3.5.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
3.6 Teknik Analisis Data.....	67
3.6.1 Analisis Deskriptif	67
3.6.2 Uji Normalitas.....	68
3.6.3 Analisis Korelasi	68
3.6.4 Regresi Linear Sederhana.....	69
3.6.5 Uji Hipotesis	69
3.6.6 Koefisien Determinasi	70
BAB IV.....	71
4.1 Pengumpulan Data.....	71
4.2 Karakteristik Responden.....	71

4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	72
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Kota Asal	73
4.3 Hasil Penelitian	73
4.3.1 Hasil Analisis Variabel Promosi Akun Media Sosial Instagram @plesirbumen (X)	73
4.3.1.1 Jangkauan Promosi	73
4.3.1.2 Kuantitas Update di Media Sosial.....	77
4.3.1.3 Kualitas Pesan.....	78
4.3.1.4 Total Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Promosi Akun Media Sosial Instagram @plesirbumen (X).....	83
4.3.2 Hasil Analisis Variabel Respon Kunjungan Wisatawan (Y)	85
4.3.2.1 <i>Attention</i>	85
4.3.2.2 <i>Interest</i>	87
4.3.2.3 <i>Search</i>	88
4.3.2.4 <i>Action</i>	91
4.3.2.5 <i>Share</i>	92
4.3.2.5 Total Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Respon Kunjungan Wisatawan (Y).....	94
4.3.3 Uji Normalitas.....	96
4.3.4 Analisis Korelasi	98
4.3.5 Koefisien Determinasi	98
4.3.6 Analisa Regresi Linear Sederhana.....	99
4.3.7 Hipotesis Penelitian	100
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	101
4.4.1 Hasil Analisis Promosi Akun Media Sosial Instagram terhadap Respon Kunjungan Wisatawan.....	101
4.4.2 Hasil Analisis Promosi Akun Media Sosial Instagram terhadap Respon Kunjungan Wisatawan.....	102
4.4.3 Pengaruh Promosi Akun Media Sosial Instagram terhadap Respon Kunjungan Wisatawan	103
BAB V	105
5.1 Kesimpulan	105

5.2 Saran	105
5.2.1 Saran Akademis	105
5.2.1 Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	110
Lampiran 1: Kuesioner	110
Lampiran 2 : Lampiran Deskriptif	113
Lampiran 3 : Lampiran Regresi	118
Lampiran 4 : Grafik Uji Normalitas P-Plot dan Histogram	119
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Pengaruh Promosi Media Sosial (X)	120
Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Respon Kunjungan (Y)	121
Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram (X)	122
Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas Respon Kunjungan (Y)	122
Lampiran 9 : Hasil Responden Uji Validitas dan Reliabilitas	123
Lampiran 10 : Hasil Responden (Pada 100 Responden)	124