

SKRIPSI

PENGARUH *CITY BRANDING* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DESTINASI WISATA KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

AZIDAN RIZKI ROSYADI

NIM: 1910412110026



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CITY BRANDING* DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN PADA DESTINASI WISATA KOTA BANJARMASIN


A. Nama Mahasiswa : Azidan Rizki Rosyadi
NIM : 1910412110026

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Dr. H.Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161993031003

()

b. Penguji I

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 197604142001121003

()

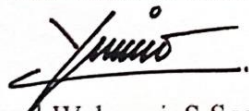
c. Penguji II

Dra. Hj. Siti Rusidah, MM
NIP. 196206171989032001

()

Banjarmasin, 13 Oktober 2025

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing



Dr. H.Hairudinor, S.Sos, MM
NIP. 197306161993031003

Mengetahui
DEKAN FISIP/ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 13 bulan Oktober tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 5815/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 9 Oktober 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Azidan Rizki Rosyadi
NIM : 1910412110026
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh City Branding dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Sidang 2 (Gedung Lama FISIP ULM)
Waktu Ujian : 1000 Wta s.d Selesai
Nilai : (A, F, C, A)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 13 Oktober 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Azidan Rizki Rosyadi

1. Ketua : Dr. H. Hairudinon, S.Sos, MM

2. Sekretaris : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

3. Anggota : Dra. Hj. Siti Rusidah, MM

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nuuri Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan Ridha-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul “Pengaruh *City Branding* Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Kota Banjarmasin”, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

5. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah banyak memberikan saran dan petunjuk selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
6. Bapak Dr. H. Hairudinor S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing, membantu konsultasi selama proses persiapan, pelaksanaan penelitian, dan penyusunan skripsi.
7. Bapak Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., MM., selaku Dosen Penguji I, dan Ibu Dra. Hj. Siti Rusidah, MM., selaku Dosen Penguji II, yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, yang telah memberikan ilmu dan bimbingan berharga kepada saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Rasa terimakasih peneliti ucapkan kepada semua pihak yang turut membantu dan pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu. Semoga Allah SWT selalu memberkahi kita semua dengan kebaikan dan diberikan kelancaran dalam menyelesaikan segala urusan serta diberikan ilmu yang bermanfaat.

Banjarmasin, 13 Oktober 2025



Azidan Rizki Rosyadi
NIM. 1910412110026

PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, serta shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sang penerang hidup dunia dan akhirat, atas segala nikmat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan dengan sepenuh hati kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak H. Turali Sulaiman, S.Pd. dan Ibu Hj. Jurainah, atas segala doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan materi yang tiada henti. Terima kasih atas setiap pengorbanan dan nasihat yang menjadi sumber semangat bagi saya untuk menyelesaikan studi ini hingga tuntas.
2. Kakak-kakak saya, Masliana, S.Pd., Zulkifli, dan Salathiah, A.Md., yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan doa dalam setiap proses perjuangan ini. Kehadiran kalian menjadi kekuatan tersendiri dalam menjalani perjalanan akademik saya. Persembahan ini juga saya dedikasikan untuk keponakan-keponakan saya, yang selalu membawa kebahagiaan, semangat, dan inspirasi bagi keluarga serta menjadi penyemangat tersendiri dalam setiap langkah saya.
3. Sahabat-sahabat saya, yang selalu memberikan semangat, kebersamaan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan dan kerja sama yang telah menjadi bagian berharga dari perjalanan ini.
4. Keluarga besar HIMABI (Himpunan Mahasiswa Administrasi Bisnis), yang telah menjadi wadah pembelajaran dan pengembangan diri. Melalui organisasi

ini, saya banyak belajar tentang tanggung jawab, kepemimpinan, serta arti kebersamaan dalam mencapai tujuan bersama.

5. Diri saya sendiri, yang telah berusaha, berjuang, dan bertahan dalam berbagai proses dan tantangan hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh tanggung jawab dan ketekunan.

Semoga persembahan ini menjadi wujud rasa syukur dan penghargaan saya kepada semua pihak yang telah mendukung, membimbing, dan memberikan inspirasi selama perjalanan studi ini, serta menjadi motivasi bagi saya untuk terus belajar dan berkembang.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Penulisan skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran, perumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing serta masukan dari tim penguji.
3. Seluruh kutipan, pendapat, maupun karya milik pihak lain yang digunakan dalam penulisan ini telah disebutkan sumbernya dan dicantumkan dalam daftar pustaka sesuai dengan kaidah akademik.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat ketidaksesuaian atau pelanggaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Banjarmasin, 13 Oktober 2025



Azidan Rizki Rosyadi
NIM. 1910412110026

ABSTRAK

Azidan Rizki Rosyadi, 1910412110026, 2025. Pengaruh *City Branding* dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Destinasi Wisata Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Hairudinor

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel *City Branding* dan Media Sosial terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada destinasi wisata Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan lokasi penelitian di Kota Banjarmasin. Sampel penelitian sebanyak 100 orang responden yang pernah berkunjung ke destinasi wisata Kota Banjarmasin, dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan bantuan IBM SPSS Statistik Versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *City Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada destinasi wisata Kota Banjarmasin. Media Sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan. Secara simultan, *City Branding* dan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung wisatawan pada destinasi wisata Kota Banjarmasin.

Kata kunci: *City Branding*, Media Sosial, Keputusan Berkunjung.

ABSTRACT

Azidan Rizki Rosyadi, 1910412110026, 2025. The Influence of City Branding and Social Media on Tourists' Visiting Decisions at Tourism Destinations in Banjarmasin City, supervised by: Hairudinor

This study aims to examine the partial and simultaneous influence of City Branding and Social Media on tourists' visiting decisions at tourism destinations in Banjarmasin City.

This research applies a quantitative approach with the study conducted in Banjarmasin City. The sample consisted of 100 respondents who had visited tourism destinations in Banjarmasin, selected using a simple random sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics Version 26.

The results show that City Branding has a positive and significant effect on tourists' visiting decisions at tourism destinations in Banjarmasin City. Social Media also has a positive and significant effect on tourists' visiting decisions. Simultaneously, City Branding and Social Media positively and significantly influence tourists' visiting decisions at tourism destinations in Banjarmasin City.

Keywords: *City Branding, Social Media, Visiting Decision.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Perilaku Konsumen	30
2.1.3 <i>City Branding</i>	35
2.1.4 Media Sosial.....	42
2.1.5 Keputusan Berkunjung Wisatawan	51
2.2 Penelitian Terdahulu	61
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	66
2.3.1 Hipotesis	66

2.3.2 Model Penelitian.....	70
BAB III METODE PENELITIAN	71
3.1 Pendekatan Penelitian.....	71
3.2 Desain Penelitian.....	71
3.3 Lokasi Penelitian.....	72
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	72
3.4.1. Populasi.....	72
3.4.2 Besar Sampel.....	73
3.4.3 Teknik Sampling	74
3.5 Definisi Operasional Variabel	75
3.5.1 Variabel Bebas (Independen).....	75
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	81
3.6 Teknik Pengumpulan Data	87
3.6.1 Data Primer	87
3.6.2 Data Sekunder	88
3.7 Teknik Analisa Data.....	88
3.7.1 Skala Pengukuran.....	88
3.7.2 Deskriptif Statistik.....	89
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	90
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	91
3.7.5 Uji Regresi Linier Berganda	92
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	93
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	96
4.1 Profil Responden.....	96
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	96

4.1.2 Berdasarkan Usia.....	97
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	98
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan	99
4.1.5 Berdasarkan Asal Daerah.....	99
4.1.6 Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Pada Wisata Kota Banjarmasin..	100
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	101
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>City Branding</i> (X1).....	101
4.2.2 Deskriptif Variabel Media Sosial (X2).....	105
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Berkunjung Wisatawan (Y)	108
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	112
4.3.1 Uji Validitas	112
4.3.2 Uji Reliabilitas	115
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	116
4.4.1 Uji Normalitas	116
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	119
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	119
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	120
4.6 Hasil Uji Hipotesis	123
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	123
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	124
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	125
BAB V PEMBAHASAN HASIL.....	127
5.1 Pembahasan	127
5.1.1 Pengaruh <i>City Branding</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Kota Banjarmasin	127

5.1.2 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Kota Banjarmasin	128
5.1.3 Pengaruh <i>City Branding</i> dan Media Sosial Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Kota Banjarmasin	129
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	130
5.3 Keterbatasan Penelitian	136
BAB VI PENUTUP	137
6.1 Kesimpulan	137
6.2 Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1. 1	Daftar Destinasi Wisata Di Kota Banjarmasin	4
Tabel 1. 2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Banjarmasin	6
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	61
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	84
Tabel 3. 2	Skala Pengukuran	89
Tabel 3. 3	Rentang Kategori Jawaban Responden	89
Tabel 3. 4	Interpretasi Koeffisien Korelasi	95
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	96
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	97
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	98
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	99
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	99
Tabel 4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	100
Tabel 4. 7	Jawaban Responden Butir X1 Variabel City Branding (X1).....	101
Tabel 4. 8	Jawaban Responden Butir X2 Variabel Media Sosial (X2)	105
Tabel 4. 9	Jawaban Responden Butir Y Variabel Keputusan Berkunjung (Y) ...	108
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas	112
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas	115
Tabel 4. 12	Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	118
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinearitas	119
Tabel 4. 14	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	121
Tabel 4. 15	Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	123
Tabel 4. 16	Hasil Uji Simultan (Uji-F)	124
Tabel 4. 17	Hasil Koefisien Determinasi R ²	125

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Logo dan Slogan Kota Banjarmasin	14
Gambar 1. 2	Jumlah Kunjungan Event di Banjarmasin Tahun 2024	15
Gambar 2. 1	Model City Branding Hexagon	40
Gambar 2. 2	Model Honeycomb Framework.....	46
Gambar 2. 3	Tahapan Keputusan Berkunjung Wisatawan	56
Gambar 2. 4	Model Penelitian.....	70
Gambar 4. 1	Hasil Uji Normalitas Histogram	116
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	117
Gambar 4. 3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	120
Gambar 5. 1	Model Hasil Penelitian.....	135

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran 1. 1	Kuisisioner Penelitian	145
Lampiran 2. 1	Hasil Tabulasi Variabel <i>City Branding</i> (X1).....	151
Lampiran 2. 2	Hasil Tabulasi Variabel Media Sosial (X2).....	153
Lampiran 2. 3	Hasil Tabulasi Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	155
Lampiran 3. 1	Hasil Frekuensi Profil Responden.....	158
Lampiran 3. 2	Hasil Statistik Deskriptif Indikator Variabel Penelitian.....	160
Lampiran 3. 3	Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>City Branding</i> (X1).....	161
Lampiran 3. 4	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Media Sosial (X2).....	164
Lampiran 3. 5	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Berkunjung (Y) ..	166
Lampiran 3. 6	Uji Validitas Variabel <i>City Branding</i> (X1).....	169
Lampiran 3. 7	Uji Validitas Variabel Media Sosial (X2)	170
Lampiran 3. 8	Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y).....	171
Lampiran 3. 9	Uji Reliabilitas Variabel <i>City Branding</i> (X1).....	172
Lampiran 3. 10	Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (X2).....	172
Lampiran 3. 11	Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)	172
Lampiran 3. 12	Uji Asumsi Klasik	173
Lampiran 3. 13	Uji Regresi Linear Berganda	175
Lampiran 3. 14	Uji Hipotesis	175
Lampiran 3. 15	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	176