

SKRIPSI
PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *SOCIAL MEDIA*
PROMOTION* TERHADAP *DESTINATION ATTACHMENT
PADA *RIVER TUBING* LOKSADO

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada

Jurusan Administrasi Bisnis

Oleh:

INTAN YULI PUJIASTUTI

NIM 2210412320003



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *SOCIAL MEDIA PROMOTION* TERHADAP *DESTINATION ATTACHMENT* PADA RIVER TUBING LOKSADO

- A. Nama Mahasiswa : INTAN YULI PUJIASTUTI
NIM : 2210412320003
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Humaidi, S.AB, M.AB [.....]
NIP : 199304212020121013
 - b. Penguji I
Dr. Fitriyadi, M.Si, CRPG, CTIA [.....]
NIP : 196701131994031000
 - c. Penguji II
Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM [.....]
NIP : 198912072025211048

Banjarmasin, Januari 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

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

Humaidi, S.AB, M.AB
NIP. 199304212020121013



Mengetahui
Ketua FISIP UNLAM

Ansah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001

SURAT TUGAS



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>

SURAT TUGAS

Nomor 94/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Humaidi, S.AB, M.AB
2. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
3. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Intan Yuli Pujiastuti
NIM : 2210412320003
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Value dan Social Media
Promotion Terhadap Destination Attachment Pada
River Tubing Loksado

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 10 Maret 2026
J a m : 14.00 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 6 Maret 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE). Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



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 Selasa tanggal 10 bulan Maret tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 94/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 6 Maret 2026 untuk menguji skripsi :

Nama	: Intan Yuli Pujiastuti
NIM	: 2210412320003
Jurusan/Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: Pengaruh Perceived Value dan Social Media Promotion Terhadap Destination Attachment Pada River Tubing Loksado
Tempat Ujian	: Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian	: 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai	: <u>80,66</u>
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 : 6 Maret 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Intan Yuli Pujiastuti

1. Ketua : Humaidi, S.AB, M.AB
2. Sekretaris : Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
3. Anggota : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,
Nurul-Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP.19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *SOCIAL MEDIA PROMOTION* TERHADAP *DESTINATION ATTACHMENT* PADA *RIVER TUBING* LOKSADO”** sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, 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 Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Humaidi, S.AB., M.A.B selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan proposal skripsi ini.

5. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.
6. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Penguji II sidang skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan proposal skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
8. Seluruh Staf Tata Usaha (BAAK) dan Staf Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran proses studi selama perkuliahan.

Banjarmasin, 11 Mei 2026



Intan Yuli Pujiastuti
NIM. 2210412320003

PERSEMBAHAN

Tuhan Yesus Kristus, Segala Puji dan Syukur hanya bagi-Mu. Terimakasih atas kasih karunia, kekuatan, dan penyertaan-Mu yang sempurna dalam setiap proses sehingga skripsi ini terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Untuk Ibu ku, yang kini telah beristirahat dalam keabadian. Karya ini ku persembahkan sebagai wujud cinta, kasih dan rindu yang tidak pernah padam. Meskipun tak bisa lagi kusapa, namun engkau alasan terbesarku dalam setiap langkahku namamu selalu hidup dalam setiap langkah dan doaku.
2. Untuk Ayah dan kakak ku, dan seluruh keluarga, kalian alasan di balik langkahku.
3. Teman-teman seperjuanganku yang tidak bisa kusebutkan satu-satu, terimakasih atas kebersamaan, dukungan, dan motivasi di masa-masa penuh perjuanganh. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, dalam tawa, lelah dan semangat. See you on top, guys!
4. Dan yang terakhir, untuk diriku sendiri. Terima kasih sudah bertahan, berjuang dan tidak menyerah meski dalam tekanan dan keraguan di setiap langkah ini. Terima kasih sudah terus melangkah meski sering merasa lelah. Skripsi ini adalah bukti bahwa kamu mampu melewati apa yang dulu terasa mustahil. Tetap semangat untuk perjalanan selanjutnya. Yeremia 17 : 7 berbunyi “ *Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada Tuhan*”.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan maukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka.
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 11 Mei 2026



Intan Yuli Pujiastuti

NIM: 2210412320003

ABSTRAK

Intan Yuli Pujiastuti, 2210412320003, 2026. Pengaruh *Perceived Value* dan *Social Media Promotion* Terhadap *Destination Attachment* Pada *River tubing* Loksado, dibawah bimbingan: Humaidi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan *Perceived Value* dan *Social Media Promotion* terhadap *Destination Attachment* Pada *River tubing* Loksado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 106 responden, yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Kriteria responden adalah berusia minimal 18 tahun, Wisatawan yang pernah atau sedang menaiki *River tubing* Loksado, Wisatawan yang mengetahui informasi mengenai *River tubing* Loksado melalui *platform* TikTok. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan *Perceived Value* dan *Social Media Promotion* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan Terhadap *Destination Attachment* Pada *River tubing* Loksado.

Kata Kunci: *Perceived Value, Social Media Promotion, Destination Attachment*

ABSTRACT

Intan Yuli Pujiastuti, 2210412320003, 2026. The Influence of Perceived Value and Social Media Promotion on Destination Attachment in River tubing Loksado, under the guidance of Humaidi.

This study aims to examine the partial and simultaneous influence of Perceived Value and Social Media Promotion on Destination Attachment in River tubing Loksado. This study used a quantitative approach with a sample of 106 respondents selected using an accidental sampling technique. The respondent criteria were: at least 18 years old, tourists who had or were currently on River tubing Loksado, and tourists who learned about River tubing Loksado through the TikTok platform . Data collection used a questionnaire, and data analysis used multiple linear regression.

The results of this study demonstrate that Perceived Value and Social Media Promotion have a significant partial and simultaneous influence on Destination Attachment in River tubing Loksado.

Keywords: Perceived Value, Social Media Promotion, Destination Attachment

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN TEORITIS	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Perilaku Konsumen	17
2.1.2 <i>Destination Attachment</i>	27
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	30
2.1.4 <i>Social Media Promotion</i>	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	48
2.3.1 Hipotesis Penelitian	48
2.3.2 Model Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Pendekatan Penelitian.....	57
3.2 Desain Penelitian	57

3.3 Lokasi Penelitian	58
3.4 Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling.....	58
3.4.1 Populasi.....	58
3.4.2 Besar Sampel	59
3.4.3 Teknik Sampling	60
3.5 Definisi Operasional Variabel	60
3.5.1 Variabel Independen	60
3.5.2 Variabel Dependen	62
3.6 Teknik Pengumpulan Data	65
3.7 Teknik Analisis Data	66
3.7.1 Skala Pengukuran	66
3.7.2 Deskriptif Statistik	66
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	68
3.7.5 Regresi Linear Berganda	69
3.7.6 Uji Hipotesis	70
BAB IV HASIL PENELITIAN	73
4.1 Profil Responden	73
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.1.2 Berdasarkan Usia	74
4.1.3 Berdasarkan Frekuensi Menaiki <i>River tubing</i>	74
4.2 Analisis Deskriptif.....	75
4.2.1 Deskriptif variabel <i>Perceived Value</i> (X1)	75
4.2.2 Deskriptif variabel <i>Social Media Promotion</i> (X2)	78
4.2.3 Deskriptif variabel <i>Destination Attachment</i> (Y).....	81
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	83
4.3.1 Uji Validitas.....	83
4.3.2 Uji Reliabilitas	86
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	87
4.6.1 Hasil Uji Normalitas	87
4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas	90

4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	91
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	93
4.6 Hasil Uji Hipotesis	94
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	94
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	95
BAB V PEMBAHASAN HASIL	98
5.1 Pembahasan	98
5.1.1 Pengaruh <i>Perceived Value</i> (X1) terhadap <i>Destination Attachment</i> (Y) pada wisatawan <i>River tubing</i> Loksado	98
5.1.2 Pengaruh <i>Social Media Promotion</i> (X2) terhadap <i>Destination Attachment</i> (Y) pada wisatawan <i>River tubing</i> Loksado.....	101
5.1.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> (X1) dan <i>Social Media Promotion</i> (X2) terhadap <i>Destination Attachment</i> (Y) Pada Wisatawan <i>River tubing</i> Loksado.....	103
5.2 Implikasi Hasil	107
5.2 Keterbatasan Penelitian	109
BAB VI KESIMPULAN	111
6.1 Kesimpulan.....	111
6.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	116
BIODATA.....	149

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1.1	Pesaing Wisata.....	7
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	59
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	62
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden	63
Tabel 3.4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	68
Tabel 4.1	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2	Profil Responden berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3	Profil Responden berdasarkan Frekuensi Menaiki <i>River tubing</i> Loksado	71
Tabel 4.4	Jawaban Responden Butir X1 variabel <i>Perceived Value</i>	71
Tabel 4.5	Jawaban Responden Butir X2 variabel <i>Social Media Promotion</i>	74
Tabel 4.6	Jawaban Responden Butir Y Variabel <i>Destination Attachment</i>	77
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas.....	80
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.9	Hasil Uji Kolmogorov–Smirnov (K–S Test)	86
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4.11	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	89
Tabel 4.12	Hasil Uji Parsial (Uji t)	90
Tabel 4.13	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	91
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	Jumlah Perkembangan Perjalanan Wisatawan Nasional	2
Gambar 1. 2	Jumlah Kunjungan Wisata ke Kabupaten Hulu Sungai Selatan.....	4
Gambar 1.3	Top 5 Destinasi Wisata Kalimantan Selatan.....	5
Gambar 1.4	Akun Tiktok <i>River tubing</i> Loksado	10
Gambar 1.5	Konten tentang <i>River tubing</i> Loksado.....	10
Gambar 2.1	Model Penelitian	52
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	84
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	85
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas Heteroskedastisitas.....	88
Gambar 5.1	Model Penelitian Akhir	104

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
	Lampiran 2.1 Hasil Tabulasi Variabel <i>Perceived Value</i> (X1)
	Lampiran 2.2 Hasil Tabulasi Variabel <i>Social Media Promotion</i> (X2)
	Lampiran 2.3 Hasil Tabulasi Variabel <i>Destination attachment</i> (Y)
	Lampiran 3.1 Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden
	Lampiran 3.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> (X1)
	Lampiran 3.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Media Promotion</i> (X2)
	Lampiran 3.4 Hasil Deskriptif Variabel <i>Destination attachment</i> (Y)
	Lampiran 3.5 Uji Validitas <i>Perceived Value</i> (X1)
	Lampiran 3.6 Uji Validitas <i>Social Media Promotion</i> (X2)
	Lampiran 3.7 Uji Validitas <i>Destination attachment</i> (Y)
	Lampiran 3.8 Uji Reabilitas Variabel <i>Perceived Value</i> (X1)
	Lampiran 3.9 Uji Reabilitas Variabel <i>Social Media Promotion</i> (X2)
	Lampiran 3.10 Uji Reabilitas Variabel <i>Destination attachment</i> (Y)
	Lampiran 3.11 Uji Asumsi Klasik
	Lampiran 3.12 Uji Regresi Linear Berganda
	Lampiran 3.13 Uji Hipotesis