

TESIS

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
MOTIVASI *TRAVELING* TERHADAP NIAT BERWISATA
KEMBALI KE PANTAI BATAKAN BARU DAN *PERCEIVED
DESTINATION IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada
Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat



Oleh:

**SAUSAN
2220318320001**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

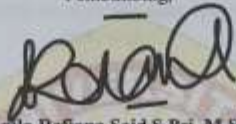
LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL TESIS : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
MOTIVASI *TRAVELING* TERHADAP NIAT
BERWISATA KEMBALI KE PANTAI BATAKAN
BARU DAN *PERCEIVED DESTINATION IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.

NAMA : SAUSAN

NIM : 2220318320001

Pembimbing,



Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D
NIP. 197009132005012003

Mengetahui,

Kepala Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM



Dr. Meiske Claudia, SE., M.M
NIP. 197210102003122002

Tanggal Lulus :

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI *TRAVELING* TERHADAP NIAT BERWISATA KEMBALI KE PANTAI BATAKAN BARU DAN *PERCEIVED DESTINATION IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

TESIS

Oleh

SAUSAN
NIM. 2220318320001

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (M.M.) pada tanggal :

Susunan Tim Penguji

Ketua,

Dr. H. M. Riza Firdaus, SE., MM
NIP. 196709091993031001

Sekretaris,

Dr. R R Yulianti Prihatiningrum, SE., M.Si
NIP. 197307272001122001

Pembimbing,

Prof. Laila Refiana Said, S.Psi., M.Si., Ph.D
NIP. 197009132005012003

Mengetahui,

Ketua Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis ULM



Dr. Meishe Claudia, SE., MM
NIP. 197210102003122002

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah **TESIS** saya yang berjudul:

“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi *Traveling* Terhadap Niat Berwisata Kembali Ke Pantai Batakan Baru Dan *Perceived Destination Image* Sebagai Variabel Mediasi”

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah **TESIS** ini dapat dibuktikan terdapat unsur unsur **PLAGIASI**, saya bersedia **TESIS** ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (M.M.) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang- undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Banjarmasin, 15 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,

 SAUSAN

NIM. 2220318320001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmatnya dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi *Traveling* Terhadap Niat Berwisata Kembali Ke Pantai Batakan Baru Dan *Perceived Destination Image* Sebagai Variabel Mediasi” dengan baik. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat (ULM).

Dalam penyusunan tesis ini, banyak pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, secara moril maupun materil. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Zakhyadi Ariffin, M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
2. Ibu Laila Refiana Said, M.Si.,Ph.D selaku dosen pembimbing tesis yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, motivasi dan pengarahan kepada penulis.
3. Dosen penguji Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE., MM dan Ibu Dr. R R Yulianti Prihatiningrum, SE., M.Si atas masukannya.
4. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Pemasaran yang telah memberikan bekal pengetahuan dan ketrampilan.
5. Keluarga tercinta atas perhatian, kasih sayang, semangat dan doa yang tak pernah putus dalam penyelesaian tesis ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa selama proses penelitian sampai pada penyusunan tesis ini, banyak kesulitan dan hambatan yang dihadapi. Namun, penulis banyak belajar mengenai hal tersebut. Tidak hanya terkait dengan tema tesis, melainkan juga berbagai masukan dan nasihat dari berbagai pihak untuk pengembangan diri penulis, terutama terkait dengan *attitude* dan *soft skill*. Penulis juga menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun, penulis berharap agar tesis ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.

Banjarmasin, 15 Juni 2024

SAUSAN

ABSTRACT

Sausan, The Influence of Social Media Use and Traveling Motivation on Intention to Return to Batakan Baru Beach and Perceived Destination Image as a Mediating Variable. Laila Refiana Said (Supervisor).

This research aims to analyze the influence of using social media on intention to revisit. To analyze the influence of travel motivation on intention to travel again. To analyze the mediating influence of Perceived Destination Image between the relationship between social media use and intention to travel again and to analyze the mediation of Perceived Destination Image between the relationship between travel motivation and intention to travel again.

This research method uses a questionnaire with 70 visitors to Batakan Baru Beach as a sample. Variable measurement uses the Likert scale technique with a weight scale from 1 to 5 and to test the level of significance using the path coefficient processed with the SmartPLS program.

The results of the study concluded that there is an influence of the use of social media on intention to travel again. Traveling motivation influences intention to travel again. Perceived Destination Image does not mediate the influence of Social Media Use on Intention to Travel Again. Perceived Destination Image does not mediate the influence of Traveling Motivation on Intention to Travel Again to Batakan Baru Beach, South Kalimantan Province.

Keywords: Use of Social Media, Traveling Motivation, Perceived Destination Image, Intention to Travel Again.

ABSTRAK

Sausan, Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Motivasi *Traveling* terhadap Niat Berwisata Kembali Ke Pantai Batakan Baru Dan *Perceived Destination Image* sebagai Variabel Mediasi. Laila Refiana Said (Pembimbing).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap niat berwisata kembali. Untuk menganalisis pengaruh motivasi *traveling* terhadap Niat berwisata kembali. Untuk menganalisis mediasi pengaruh *Perceived destination image* antara hubungan penggunaan media sosial dan niat berwisata kembali dan menganalisis mediasi *Perceived destination image* antara hubungan Motivasi *traveling* dan Niat berwisata kembali.

Metode penelitian ini menggunakan kuesioner dengan 70 pengunjung Pantai Batakan Baru sebagai sampel. Pengukuran variabel menggunakan teknik Skala Likert dengan skala bobot dari 1 sampai 5 dan untuk menguji tingkat signifikansi menggunakan *path Coefisien* diolah dengan Program SmartPLS.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Niat Berwisata Kembali, *Motivasi Traveling* berpengaruh terhadap Niat Berwisata Kembali. *Perceived Destination Image* tidak memediasi pengaruh terhadap Penggunaan Media Sosial terhadap Niat Berwisata Kembali. *Perceived Destination Image* tidak memediasi pengaruh terhadap Motivasi *Traveling* terhadap Niat Berwisata Kembali ke Pantai Batakan Baru Provinsi Kalimantan Selatan.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Motivasi *Traveling*, *Perceived Destination Image*, Niat Berwisata Kembali.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	21
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	23
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Landasan Teori	24
2.1.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial	24
2.1.2 Pengertian Motivasi Traveling	25
2.1.3 Pengertian Niat Berwisata Kembali	27
2.1.4 Pengertian Perceived Destination Image.....	28
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
BAB 3 MODEL PENELITIAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	35
3.1 Model Penelitian	35
3.2 Hipotesis	35
BAB 4 METODE PENELITIAN.....	39
4.1 Jenis Penelitian.....	39
4.2 Lokasi Penelitian.....	39
4.3 Unit Analisis	40
4.4 Populasi dan Sampel	40
4.5 Teknik Sampling	41
4.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	42
4.7 Metode pengumpulan data	43
4.8 Teknik Pengumpulan Data.....	43
4.9 Metode Analisis data.....	43
4.10 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	44
4.10.1 Measurement Model.....	45
4.10.2 Structural Model.....	46
BAB 5 HASIL DAN IMPLIKASI PENELITIAN.....	47

5.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
5.2	Karakteristik Responden Penelitian	48
5.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	49
5.3.1	Penggunaan Media Sosial	49
5.3.2	Motivasi Traveling	50
5.3.3	Perceived Destination Image.....	51
5.3.4	Niat Berwisata Kembali	52
5.4	Hasil Uji Measurement Model (Outer Model).....	53
5.4.1	Convergent Validity	55
5.4.2	Discriminant Validity	56
5.4.3	Construct Reliability	57
5.4.4	Composite Reliability.....	58
5.5	Hasil Uji Structural Model (Inner Model)	59
5.5.1	Mengukur Effect F-Square	59
5.5.2	Evaluasi Nilai R-Square	60
5.5.3	Model Fit	60
5.5.4	Uji Hipotesis.....	61
5.6	Pembahasan Hasil Penelitian	64
5.7	Implikasi Hasil penelitian	67
5.8	Keterbatasan Penelitian.....	70
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
6.1	Kesimpulan	71
6.2	Saran	72

DAFTAR PUSTAKA