

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN KUALITAS INFORMASI PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN DI DE KARANGANJAR KOFFIEPLANTAGE BLITAR**

SKRIPSI



Oleh:

DIAN AFIFUDIN
NPM : 18024010135

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**PENGARUH SALES PROMOTION DAN KUALITAS INFORMASI PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
WISATAWAN DI DE KARANGANJAR KOFFIEPLANTAGE BLITAR**

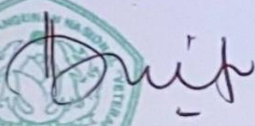
Oleh:


DIAN AFIFUDIN
NPM. 18024010135

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Senin, 24 Juli 2023 telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama

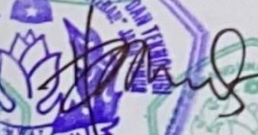

Dita Atasa, SP., MP
NIP. 20219950221236



Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP
NIP. 19581118 198903 1001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2022 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No.17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme, maka saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul **“Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Informasi pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di De Karangjar Koffieplantage Blitar”** menyatakan bahwa skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 24 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



DIAN AFIFUDIN
NPM. 18024010135

PENGARUH SALES PROMOTION DAN KUALITAS INFORMASI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI KARANGANJAR KOFFIEPLANTAGE

Dian Afifudin, Indra Tjahaja Amir, Dita Atasa
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

ABSTRAK

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh sales promotion terhadap minat berkunjung wisatawan de Karanganjara di Kabupaten Blitar, untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap minat berkunjung wisatawan de Karanganjara di Kabupaten Blitar. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode SEM berbasis komponen dengan menggunakan PLS sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap minat berkunjung de Karanganjara. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik promosi penjualan yang dilakukan dan dapat dijangkau oleh seluruh konsumen maka semakin mendorong minat berkunjung konsumen untuk berwisata dan membeli produk kopi di de Karanganjara. Kualitas informasi berpengaruh signifikan (positif) terhadap minat berkunjung de Karanganjara Koffieplantage. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik kualitas informasi yang dilakukan dan dapat dijangkau oleh seluruh konsumen maka semakin mendorong minat berkunjung konsumen untuk berwisata dan membeli produk kopi di de Karanganjara.

Kata kunci : *Sales promotion*, kualitas informasi, minat berkunjung

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of sales promotion on the interest in visiting de Karanganjara tourists in Blitar Regency, to analyze the effect of information quality on visiting intentions of de Karanganjara tourists in Blitar Regency. The analysis carried out in this study was by using a component-based SEM method using PLS as an analytical tool. The results showed that sales promotion had a significant positive effect on the intention to visit Karanganjara. This shows that the more attractive the sales promotion is carried out and can be reached by all consumers, the more it encourages consumers to visit to travel and buy coffee products at de Karanganjara. The quality of information has a significant (positive) effect on the interest in visiting the Karanganjara Koffieplantage. This shows that the more interesting the quality of the information that is done and can be reached by all consumers, the more it encourages consumers to visit De Karanganjara to travel and buy coffee products.

Keywords : *Sales promotion*, *quality of information*, *interest in visiting*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana program studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur dengan judul “Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Informasi Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di De Karangajjar Koffieplantage”

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi, bimbingan, saran, petunjuk, serta dorongan moral yang sangat berguna bagi penulis. Kepada Bapak Dr. Ir. Indra Tjahaja Amir, MP selaku Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Dita Atasa, SP., MP selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan pengarahan dan masukan serta telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. selaku Koordinator Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak H. Mustofa Umar dan Ibu Hj. Sukarni selaku orang tua dan kakak-kakak yang telah memberikan dukungan baik secara materi maupun moril selama penyusunan skripsi ini.

5. Diba Hardiana selaku sahabat, dan beserta sahabat-sahabat lainnya yang telah memberikan dukungan dan dorongan penuh untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Seluruh teman-teman Angkatan 2018 Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur serta semua pihak terkait yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulisan dalam skripsi ini penulis merasa masih banyak kekurangan pada teknis penulisan maupun materi. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Surabaya, 10 Agustus 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Media Sosial Marketing	14
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	15
2.2.3 Sales Promotion	15
2.2.4 Kualitas Informasi.....	16
2.2.5 Minat Berkunjung	18
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	21

2.5 Hipotesis	21
III. METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	22
3.2 Teknik Penentuan Sampel	22
3.2.1 Populasi	22
3.2.2 Sampel	22
3.3 Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.1 Jenis Data.....	23
3.3.2 Sumber Data	23
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	24
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.4.1 Variabel Independen (X)	24
3.4.2 Variabel Dependen (Y)	26
3.4.3 Pengukuran Variabel.....	27
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.5.1 Uji Validitas.....	28
3.5.2 Uji Reliabilitas	28
3.6 Analisis Data.....	29
3.6.1 Teknik Analisis Data.....	29
3.6.2 Model Indikator Refleksif dan Indikator Formatif	30
3.6.3 Cara Kerja PLS	32
3.6.4 Langkah-langkah PLS	33
3.6.5 Asumsi PLS	39
3.6.6 Ukuran Sampel.....	39

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan PT. Harta Mulia	40
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	40
4.1.2 Profil Perusahaan	40
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian Olah Data SEM PLS	45
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.2.2 Deskripsi Variabel Promosi Penjualan (X1)	48
4.2.3 Deskripsi Variabel kualitas Informasi (X2).....	50
4.2.4 Deskripsi Variabel Minat Berkunjung (Y).....	51
4.3 Analisa Data.....	52
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier.....	52
4.3.2 Interpretasi hasil PLS	54
4.4 Pembahasan	61
V. KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1. 1	Rekap Jumlah Pengunjung (Orang)	5
4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4. 5	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Promosi Penjualan.....	48
4. 6	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Kualitas Informasi.....	50
4. 7	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Minat Berkunjung.....	51
4. 8	Tabel Residual Statistics.....	53
4. 9	Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	54
4. 10	Cross Loading.....	56
4. 11	Average Variance Extracted.....	57
4. 12	Composite Reliability.....	57
4. 13	Latent Variable Correlation.....	58
4. 14	Path Coefficients (Mean, STDEV, T-values).....	60

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1. 1	Persentase Pendapatan Badan Usaha Indonesia 2020.....	1
1. 2	Pengguna Internet Indonesia Januari 2021.....	3
1. 3	Media Sosial yang Diminati di Indonesia Januari 2022.....	4
2.1	Kerangka Pemikiran.....	21
3.1	Principal Factor Reflective Model.....	31
3.2	Diagram Jalur Partial Least Square.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	70
2.	Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner.....	75
3.	Dokumentasi Penyebaran Kuisisioner.....	75
4.	Dokumentasi De Karanganjar Koffieplantage.....	76