

PENGARUH SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DAN CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN DI PANTAI KATA KOTA PARIAMAN

Trivo Pratama¹, Zeshasina Rosha², Dahliana Kamener³
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
Email: trivosadaga@yahoo.com, zeshasina.rossha@yahoo.co.id,
dahlianakamener@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sosial media instagram dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Kata Kota Pariaman. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai Kata, dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Metode pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*. Jenis data yang di gunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner . Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial media instagram berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Kata Pariaman. Selanjutnya citra destinasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Kata Pariaman.

Kata Kunci : sosial media instagram, citra destinasi, keputusan berkunjung

***INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AND DESTINATION IMAGES
ON TOURISTS VISITING TOURISTS IN THE BEACH OF KATA PARIAMAN
CITY***

Trivo Pratama¹, Zeshasina Rosha², Dahliana Kamener³

¹*Department of Management, Faculty of Economics and Business,
Universitas Bung Hatta*

Email: trivosadaga@yahoo.com, zeshasina.rosha@yahoo.co.id,
dahlianakamener@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Instagram's social media and destination's image on tourists visiting decisions at Kata Beach in Pariaman City. The population in this study were tourists who had visited Kata Beach, with a total sample of 60 people. This sampling method is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method was carried out using the help of the SPSS program.

The results showed that Instagram social media had a positive effect on the decision of tourists visiting the Kata Pariaman Beach. Furthermore, the destination image has a positive effect on the decision to visit tourists at Kata Pariaman Beach.

Keywords: Instagram social media, destination image, visit decision