

**PERAN MINAT BERKUNJUNG SEBAGAI PEMEDIASI
TERHADAP PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
DAYA TARIK PADA KEPUTUSAN BERKUNJUNG
(Studi Kasus Pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo
Kabupaten Madiun)**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Peran Minat Berkunjung Sebagai Pemeditasi Terhadap Pengaruh Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Pada Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Taman Wisata Umbul Square Dolopo Kabupaten Madiun)”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui : a) Pengaruh Media Sosial Instagram dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung, b) Pengaruh Media sosial Instagram, Daya Tarik dan Minat Berkunjung terhadap Keputusan Berkunjung c) Minat Berkunjung memeditasi Media Sosial Instagram dan Daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung. Jenis Penelitian ini yaitu Penelitian Kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 385 responden. Metode pengambilan sampel yaitu dengan cara *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Teknik analisis data menggunakan path analisis melalui software SPSS 24.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : a) Media Sosial Instagram (X_1) dan Daya Tarik (X_2) berpengaruh terhadap Minat Berkunjung (Z), b) Media Sosial Instagram (X_1) dan Daya Tarik (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung (Y), c) Minat Berkunjung (Z) mampu memeditasi Media Sosial Instagram dan Daya Tarik (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y).

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Daya Tarik, Minat Berkunjung, Keputusan Berkunjung

***THE ROLE OF VISIT INTEREST AS A MEDIATOR ON THE INFLUENCE
OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AND ATTRACTIVENESS ON VISIT
DECISIONS***

(Case Study at Umbul Square Dolopo Tourist Park, Madiun Regency)

ABSTRACT

This research is entitled "The Role of Interest in Visiting as a Mediator on the Influence of Instagram Social Media and Attraction on Visiting Decisions (Case Study at Umbul Square Dolopo Tourism Park, Madiun Regency)". This research aims to test and find out: a) The Influence of Instagram Social Media and Attraction Regarding Visiting Interest, b) The Influence of Instagram Social Media, Attraction and Visiting Interest on Visiting Decisions. c) Visiting Interest mediates Instagram Social Media and Attractiveness on Visiting Decisions. This type of research is quantitative research. The number of samples used was 385 respondents. The sampling method is purposive sampling . Data collection uses a questionnaire with distribution according to predetermined criteria. The data analysis technique uses path analysis via SPSS 24.0 software. The results of this research show that: a) Instagram Social Media (X_1) and Attractiveness (X_2) influence Visiting Interest (Z), b) Instagram Social Media (X_1) and Attractiveness (X_2) influence Visiting Decisions (Y), c) Interest in Visiting (Z) is able to mediate Instagram Social Media and Attraction (X_2) on Visiting Decisions (Y).

Keywords : Social Media Instagram , Daya Interest , Interest Visit , Decision Visit