

ABSTRAK

Ni Wayan Windira Yuliana Sari. 2022. Pengaruh Penggunaan *Instagram* Sebagai Media Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Paket Wisata Di CV. Fajar Travelindo Yogyakarta. Proyek Akhir. Politeknik Pariwisata Lombok. Pembimbing: Surayyal Hizmi., S.Si., M.Sc., NRM & Supardi., SE., ME

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana pengaruh penggunaan *instagram* sebagai media promosi terhadap tingkat penjualan paket wisata di CV. Fajar Travelindo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan *instagram* dalam mempromosikan paket wisata di CV Fajar Tavelindo Yogyakarta. Pengujian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap sampel jenuh berjumlah 72 partisipan yang berasal dari rata-rata *likes* postingan paket wisata di @Tripkelilingjogja. Kuesioner dibagikan secara online dengan variabel terikat berupa tingkat penjualan paket wisata (Y) dan variabel bebas berupa variabel *context* (X1), *communication* (X2), *collaboration* (X3), dan *connection* (X4). Seluruh variabel diuji menggunakan software SPSS Versi 26 dan Microsoft Excel dalam menginput data. Analisis SPSS digunakan dalam uji validitas, uji reabilitas, dan uji regresi linier berganda. Kemudian untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel, analisis dilanjutkan dengan ANOVA untuk menentukan R square yang ada. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa terdapat hasil yang signifikan antara seluruh variabel bebas dengan variabel terikat, dengan hubungan yang paling signifikan terlihat pada aspek *collaboration* (X3) dengan nilai R square sebesar 32,8% sedangkan nilai terendah berasal dari aspek *context* (X1) sebesar 10,2%. Meninjau hasil analisis, perlu adanya strategi yang lebih baik lagi terkait aspek *context* serta penelitian lanjutan terkait aspek internal dan eksternal yang mempengaruhi seluruh aspek.

Kata Kunci: *Instagram*, media promosi, paket wisata

ABSTRACT

Ni Wayan Windira Yuliana Sari. 2022. *The Effect of Using Instagram As a Promotional Media On The Level of Sales of Tour Package in CV. Fajar Travelindo Yogyakarta. Final Project.* Lombok Tourism Polytechnic. Mentor: Surayyal Hizmi., S.Si., M.Sc., NRM & Supardi., SE., ME

The formulation of the problem in this study is how the influence of using Instagram as a promotional media on the level of sales of tour packages at CV. Fajar Travelindo. This study aims to determine the influence of the use of Instagram in promoting tour packages at CV Fajar Travelindo Yogyakarta. The test was carried out using a quantitative approach to a saturated sample of 72 participants who came from likers who had likes tour package's posts through Tripkelilingjogja. The questionnaire was distributed online with dependent variables in the form of tour package sales levels (Y) and independent variables in the form of context variables (X1), communication (X2), collaboration (X3), and connection (X4). All variables were tested using SPSS Version 26 software and Microsoft Excel in inputting data. SPSS analysis is used in validity tests, reliability tests, and multiple linear regression tests. Then to find out the level of relationship between the variables, the analysis is continued with ANOVA to determine the existing R square. Based on the results of the analysis, it was found that there were significant results between all independent variables and dependent variables, with the most signified seen in the collaboration aspect (X3) with an R square value of 32.8% while the lowest value came from the context aspect (X1) of 10.2%. Reviewing the results of the analysis, there needs to be a better strategy related to context aspects and further research related to internal and external aspects that affect all aspects.

Keyword: Instagram, Promotional media, tour package