

## ABSTRAK

**Apsari Ghinan Pawitri.** 2023. *Pengaruh Strategi Social Media Marketing Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisatawan Antapura De Djati*. Skripsi. Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika. Fakultas Ekonomi Bisnis. Universitas Telkom.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya angka penggunaan *social media* membuat banyak perusahaan di Indonesia menjadikan *social media* sebagai sarana digital untuk menunjang kebutuhan pemasaran. Namun banyak perusahaan yang kesulitan dalam menilai efektifitas pengaruh strategi *social media marketing* pada penjualan produk mereka. Untuk itu tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menjelaskan pengaruh variabel *social media marketing* (X) secara simultan dan signifikan terhadap variabel Minat Berkunjung (Y) Pada Wisatawan Antapura De Djati.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Social Media Marketing* (X) yang terdiri dari *Context* (X1), *Communication* (X2), *Collaboration* (X3), dan *Connection* (X4) dan Minat Berkunjung (Y). Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* (e-kuesioner) dan penyebaran kuesioner secara langsung pada responden yang telah ditentukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dari *followers Instagram* Antapura De Djati dengan jumlah responden sebanyak 400 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Context* (X1), *Communication* (X2), *Collaboration* (X3), dan *Connection* (X4) berpengaruh signifikan positif secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Minat Berkunjung (Y). Dan variabel *Context* (X1), *Communication* (X2), *Collaboration* (X3), dan *Connection* (X4) berpengaruh signifikan positif secara parsial atau masing-masing terhadap variabel Minat Berkunjung (Y).

Kata kunci: *social media marketing*, Minat Berkunjung.