

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT  
KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN BONE BOLANGO  
(Studi Kasus di Wisata Pertanian Desa Huntu Selatan)**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**NURAIN ILONU**

**NIM. 9124 17 006**

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Prof. Dr. Fahrudin Zain Olilingo, SE, M.Si.**   
**NIP. 195810281986031003** **NIP. 198309022009121006**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi**

  
**Sri Indriyani S. Dai, SE, ME**  
**NIP. 19840124200812 2 002**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Skripsi yang berjudul “ PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL  
TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN  
DI KABUPATEN BONE BOLANGO ”  
(Studi Kasus di Wisata Pertanian Desa Huntu Selatan)**

Oleh

**NURAIN ILONU**

**NIM. 9124 17 006**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

**Hari/Tanggal : Senin, 11 Oktober 2021**

**Waktu : 09.00 Wita s/d Selesai**

**Penguji :**

1. **Dr. Muhammad Amir Arham, M.E.**  
**Nip. 197207252006041002**

2. **Dr. Frahmawati Bumulo, SE., M.Si**  
**Nip. 197812312005012002**

3. **Prof. Dr. Fachrudin Zain Olilingo, SE., M.Si**  
**Nip. 195810281986031003**

4. **Ivan R. Santoso, SE.I, MSI**  
**Nip. 198309022009121006**

1.....

2.....

3.....

4.....

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Negeri Gorontalo**



**Dr. Muhammad Amir Arham, M.E.**

**NIP.19720725200604 1 002**

## **ABSTRAK**

**Nurain Ilonu, 912417006 2021. “Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Bone Bolango: Studi Kasus Wisata Pertanian Desa Huntu Selatan”.** Skripsi. Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, di bawah bimbingan Bapak Prof. Dr. Fahrudin Zain Olilingo, SE, M.Si dan Bapak Ivan Rahmad Santoso, SEI., MSi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Bone Bolango khususnya di Wisata Pertanian Desa Huntu Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 100 wisatawan yang berkunjung ke wisata pertanian Desa Huntu Selatan sehingga data dalam penelitian ini merupakan data primer. Analisis data dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung wisatawan di Kabupaten Bone Bolango studi kasus di wisata pertanian Desa Huntu Selatan. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,30 hal ini menunjukkan bahwa besar presentase pengaruh minat kunjungan wisatawan yang dijelaskan oleh variabel bebas yaitu promosi media sosial sebesar 30% untuk sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti jarak, biaya masuk, dan fasilitas yang disediakan.

**Kata Kunci: Promosi Media Sosial, Minat Kunjungan Wisatawan**

## ABSTRACT

**Nurain Ilonu, Student ID Number 912417006. 2021. "The Influence of Social Media Promotion on Tourist Visits Interest in Bone Bolango Regency: A Case Study Conducted in Huntu Selatan Village Agro-Tourism Park".** Undergraduate Thesis. Bachelor's Degree Program in Development Economics, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Prof. Dr. Fahrudin Zain Olilingo, SE, M.Si, and the co-supervisor is Ivan Rahmad Santoso, SEI., M.Si.

This study aims to determine the influence of social media promotion on tourist visits interest in Bone Bolango Regency, especially in Huntu Selatan Village Agro-Tourism Park. This study used a quantitative approach. The research samples consisted of 100 tourists who had already visited Huntu Selatan Village Agro-Tourism Park, so that the data in this study were classified as primary data. Data analysis technique used simple linear regression analysis.

The results of this study showed that the social media promotion had a positive and significant influence on the tourist visits interest in Bone Bolango Regency. In addition, the coefficient of determination (R Square) is 0,30 where it indicates the percentage of influence of tourist visits interest that can be explained by independent variable of social media promotion for 30%. In the meantime, the rest 70% is influenced by other variables that were not studied in this research and they include distance, entrance fee, and facilities provided.

**Keywords: Social Media Promotion, Tourist Visits Interest**

