

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan informasi yang diterima melalui pertanyaan filter dan demografi responden, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

Dari hasil penelitian ini, terungkap bahwa mayoritas responden berasal dari provinsi Papua, dengan sebanyak 127 dari total 229 responden. Selain itu, mayoritas dari mereka adalah perempuan, mencapai angka 150 responden. Pekerjaan responden didominasi oleh pelajar dan mahasiswa, dengan jumlah mencapai 186 responden. Temuan ini memberikan gambaran yang menarik tentang demografi responden dalam konteks penelitian ini. Dengan demikian, pemahaman lebih lanjut tentang karakteristik responden ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi penelitian selanjutnya.

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan SmartPLS 3.0, ditemukan bahwa *mean* terbesar dari setiap variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah *mean* dari variabel niat berkunjung, yaitu sebesar 4,296 dengan kriteria “Sangat Tinggi”. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata tanggapan responden menunjukkan niat yang kuat untuk mengunjungi destinasi wisata di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan pada bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

Hasil pengujian ini menemukan bahwa sumber keahlian, ketepatan waktu, dan komprehensif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kegunaan Informasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa kegunaan informasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap adopsi informasi, dan adopsi informasi menunjukkan hubungan positif dan signifikan terhadap niat berkunjung. Temuan lain dari penelitian

ini adalah bahwa sumber kepercayaan dan akurasi tidak berhubungan secara signifikan terhadap kegunaan informasi.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat dimanfaatkan sebagai acuan untuk meningkatkan niat berkunjung ke suatu destinasi wisata sebagai berikut:

1. Hasil pengujian ini membahas mengenai pengaruh sumber keahlian terhadap kegunaan informasi. sumber keahlian menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh dengan kegunaan informasi. Meskipun menunjukkan hasil yang signifikan, destinasi wisata dan pemerintah terutama Dinas Pariwisata perlu lebih cermat dalam memperhatikan berbagai informasi yang tersebar melalui TikTok dan sebaiknya dapat berkolaborasi dengan berbagai pihak yang memiliki keahlian dalam bidang pariwisata untuk membantu menyebarkan informasi mengenai destinasi wisata, seperti bekerja sama dengan *travel influencer*. Dengan adanya berbagai informasi dari sumber yang ahli, maka dapat membantu dalam meningkatkan kredibilitas informasi yang disebarluaskan mengenai suatu destinasi wisata di Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil pengujian, ketepatan waktu informasi berpengaruh signifikan terhadap kegunaannya. Destinasi wisata di Yogyakarta perlu memastikan informasi selalu *up-to-date* dan relevan. Selain itu, wisatawan perlu memastikan bahwa informasi yang diterima adalah informasi yang terbaru sebelum melakukan perjalanan agar perjalanan wisata dapat menambah pengalaman baik terhadap destinasi wisata di Yogyakarta. Informasi yang terbaru mengenai destinasi wisata juga bermanfaat bagi Dinas Pariwisata Yogyakarta yang harus menjaga informasi terbaru untuk meningkatkan kunjungan ke Yogyakarta.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komprehensif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegunaan informasi. Hal tersebut perlu dipertahankan oleh

destinasi wisata yang ada di Yogyakarta dan pemerintah. Pengelola destinasi wisata dan Dinas Pariwisata Yogyakarta harus memastikan bahwa informasi yang disajikan mencakup semua aspek penting yang dibutuhkan oleh calon wisatawan. Pengelola destinasi wisata dan Dinas Pariwisata Yogyakarta dapat memanfaatkan berbagai *platform* resmi seperti situs web resmi, aplikasi *mobile*, dan akun sosial media seperti TikTok untuk dapat menyediakan informasi yang lengkap mengenai suatu destinasi. Hal ini juga berdampak bagi wisatawan karena dapat memanfaatkan kelengkapan sebuah informasi sehingga perencanaan perjalanan wisata akan semakin baik.

4. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kegunaan informasi dengan adopsi informasi. Dengan adanya pengaruh ini, maka untuk meningkatkan peningkatan wisatawan ke Yogyakarta yang berdampak pula pada pertumbuhan ekonomi Kota Yogyakarta. Sehingga pihak-pihak yang terlibat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan seperti pengelola destinasi wisata dan pemerintah perlu mempertahankan informasi yang baik di *platform* TikTok. Destinasi wisata dan Dinas Pariwisata Yogyakarta harus dapat fokus pada penyediaan informasi yang berkualitas dan bermanfaat pada *platform* TikTok. Dengan adanya informasi baik yang tersebar melalui berbagai *platform* terutama melalui konten TikTok, dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta karena mengadopsi informasi melalui berbagai *platform online*.
5. Hasil pengujian dalam penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh antara adopsi informasi dengan niat berkunjung. Informasi yang diterima sangat berdampak terhadap peningkatan jumlah wisatawan di Yogyakarta. Oleh karena itu informasi mengenai destinasi wisata di Yogyakarta harus berisikan fakta, terkini, akurat, lengkap dan dapat dipercaya. Sehingga destinasi wisata di Yogyakarta harus mempertahankan efektivitas informasi yang tersedia. Dengan tersedianya informasi yang faktual, terkini, lengkap, akurat, dan dapat dipercaya,

wisatawan akan lebih mudah mencari informasi mengenai destinasi wisata di Yogyakarta. Hal ini juga membantu Dinas Pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Yogyakarta. Serta membantu wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata yang baik karena informasi yang diterima dapat diandalkan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini dan perlu diperhatikan, yaitu:

1. Dalam penelitian ini, variabel yang dianalisis terbatas pada sejumlah variabel yang berkaitan dengan model adopsi informasi.
2. Dalam penelitian ini, fokus hanya pada niat berkunjung masyarakat Indonesia yang sudah memiliki pengetahuan mengenai Yogyakarta. Hasilnya mungkin berbeda jika penelitian dilakukan dengan wisatawan mancanegara yang belum pernah mengunjungi Yogyakarta, mengingat tantangan dalam mencari responden yang sesuai dengan kriteria tersebut.
3. Penelitian ini tidak spesifik pada suatu destinasi tertentu.
4. Penelitian ini hanya terbatas pada generasi milenial dan generasi z, sehingga tidak memberikan gambaran menyeluruh mengenai pandangan dan perilaku dari generasi yang berbeda.
5. Penelitian ini hanya terfokus dalam melihat pengaruh konten TikTok, sehingga tidak mencakup pandangan dari pengguna platform sosial media lainnya.

5.4 Saran Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel yang dianalisis, termasuk menambahkan variabel-variabel yang mempengaruhi adopsi informasi misalnya kualitas informasi.

2. Dalam penelitian ini, fokus hanya pada niat berkunjung masyarakat Indonesia yang sudah memiliki pengetahuan mengenai Yogyakarta. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menggunakan wisatawan mancanegara sebagai responden guna memperkaya hasil penelitian. Selain itu, perlu memperluas pencarian responden melalui berbagai platform serta meneliti niat berkunjung ke destinasi wisata yang belum terlalu terkenal.
3. Penelitian ini disarankan agar fokus meneliti suatu destinasi tertentu di Yogyakarta.
4. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan melibatkan generasi yang berbeda.
5. Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat mengeksplorasi penggunaan berbagai *platform* media sosial selain TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purwanto, & Yuli Sudargini. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Al-Haddad, S., Sharabati, A. A., Harb, L., Husni, A., & Abdelfattah, M. (2022). E-WOM and consumers' purchase intention: An empirical study on Facebook. *Innovative Marketing*, 18(3), 149–158. [https://doi.org/10.21511/im.18\(3\).2022.13](https://doi.org/10.21511/im.18(3).2022.13)
- Annur, C. (2023). *Indonesia punya pengguna TikTok terbanyak ke-2 di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Arora, N., & Lata, S. (2020). YouTube channels influence on destination visit intentions: An empirical analysis on the base of information adoption model. *Journal of Indian Business Research*, 12(1), 23–42. <https://doi.org/10.1108/JIBR-09-2019-0269>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research methods for business : a skill building approach / Roger Bougie, Uma Sekaran* (Asia editi). New Jersey : Wiley , 2020.
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. *Conference on Business, Social Science and Innovation Technology*, Vol 1(No 1), 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit>
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth: The adoption of online opinions in online customer communities. *Internet Research*, 18(3), 229–247. <https://doi.org/10.1108/10662240810883290>
- DIY, H. (2023). Menteri Sandiaga Sebut DIY Mampu Lahirkan Kreativitas Pariwisata.

Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://jogjaprovo.go.id/berita/menteri-sandiaga-sebut-diy-mampu-lahirkan-kreativitas-pariwisata>

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program Smart PLS 3.0 (2nd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Haryono, G., & Albetris, A. (2022). Peranan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Melalui Pemanfaatan E-Tourism Marketing untuk Meningkatkan Niat Berkunjung Wisatawan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 136. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.509>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Jogjavisit.id. (2023). *Yogyakarta Kota Terbaik Tujuan Wisata Berdasarkan Survey GoodStats*.
- Nadlifatin, R., Persada, S. F., Munthe, J. H., Ardiansyahmiraja, B., Redi, A. A. N. P., Prasetyo, Y. T., & Belgiawan, P. F. (2022). Understanding Factors Influencing Traveler'S Adoption of Travel Influencer Advertising: an Information Adoption Model Approach. *Business: Theory and Practice*, 23(1), 131–140. <https://doi.org/10.3846/btp.2022.13149>
- Novi, F. K., & Ellyawati, J. (2021). Adopsi Informasi, Anteseden Dan Pengaruhnya Pada Niat Beli: Studi Tentang E-Wom Di Media Sosial. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(3), 327–349. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i3.5073>

- Popy, N. N., & Bappy, T. A. (2022). Attitude toward social media reviews and restaurant visit intention: a Bangladeshi perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 11(1), 20–44. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-03-2020-0077>
- Prayogo, R., & Febrianita Roziana. (2018). *PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN NIAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI INDONESIA*. 16.
- Rachmadhani, A., & Soenarno, P. (2015). *DAN DAMPAKNYA PADA ADOPSI INFORMASI (Studi pada Masyarakat Pengikut Akun Twitter Resmi iKaskus)*. 25(1), 1–8.
- Sharma, N., Khatri, B., & Khan, S. A. (2023). Do e-WOM Persuade Travelers Destination Visit Intentions? An investigation on how Travelers Adopt the Information from the Social Media Channels. *Journal of Content, Community and Communication*, 17(9), 147–161. <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.23/11>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPls 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi.
- Siang, J. H., Yang, W. G., & Liu, L. W. (2020). Impact of WOM and online WOM on tourist destinations in indonesia. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, 25(Extra10), 305–318. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4155629>
- Silaban, P. H., Chen, W. K., Sormin, S., Yehezkiel, Y. N., & Silalahi, A. D. K. (2023). How does electronic word of mouth on Instagram affect travel behaviour in Indonesia: A perspective of the information adoption model. *Cogent Social Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2163525>
- Silaban, P. H., Dayarana, A., Silalahi, K., Sormin, S., & Hutagalung, W. E. (2022). *Pengaruh Kegunaan Informasi Terhadap Adopsi Informasi Yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Danau Toba*. www.madzamedia.co.id

- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. (Cet.21).
- Sui, Y., & Zhang, B. (2021). Determinants of the perceived credibility of rebuttals concerning health misinformation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031345>
- Wylie, L. (2024). Indonesian App Market Statistic (2024). *Business of Apps*.
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Metode Penelitian Bisnis & Manajemen Teori & Aplikasi. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).
- Zheng, X., Luo, J. M., & Shang, Z. (2022). Effect of parasocial relationship on tourist's destination attitude and visit intention. *PLoS ONE*, 17(4 April 2022), 1–20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265259>

LAMPIRAN



Pertanyaan Filter

1. Apakah Anda sudah pernah mengunjungi Kota Yogyakarta?
Belum Pernah
Sudah Pernah

Pertanyaan Filter

2. Apakah Anda merupakan pengguna aktif TikTok?
Ya
Tidak

Pertanyaan Filter

3. Apakah Anda pernah menonton konten TikTok mengenai destinasi wisata di Yogyakarta?
Pernah
Tidak Pernah

Pertanyaan Filter

4. Usia
18 – 23 Tahun
24 – 35 Tahun
36 – 44 Tahun
>44 Tahun

Pertanyaan Demografi

1. Asal Provinsi

Pertanyaan Demografi

2. Jenis Kelamin
Laki – laki
Perempuan

Pertanyaan Demografi

3. Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa

Karyawan

Wiraswasta

Lainnya... (isi sendiri)

Responden diminta untuk mengisi kuesioner dengan menggunakan skala likert dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Sumber Keahlian

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya dapat menambah pengetahuan mengenai destinasi wisata dari TikTok					
2	Saya mendapatkan informasi yang berkualitas di TikTok					
3	Saya memperoleh informasi dari ahlinya di TikTok					

Sumber Kepercayaan

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menemukan konten yang dapat dipercaya mengenai destinasi wisata di Yogyakarta pada TikTok					

2	Saya menemukan konten yang jujur di TikTok					
3	Saya menemukan ketulusan dalam konten di TikTok					

Akurasi

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menemukan konten yang akurat mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok					
2	Saya menemukan konten yang benar mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok					
3	Saya menemukan konten yang dapat diandalkan mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok					

Ketepatan Waktu

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menemukan konten yang terkini mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok					
2	Saya menemukan konten yang diunggah tepat waktu mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok					
3	Saya menemukan konten yang terbaru tentang destinasi wisata Yogyakarta di TikTok					

Komprehensif

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menemukan konten yang sesuai dengan nilai-nilai yang saya butuhkan di TikTok					
2	Saya menemukan konten yang memenuhi kebutuhan saya di TikTok					
3	Saya menemukan konten yang memberikan informasi yang luas mengenai destinasi wisata di Yogyakarta pada TikTok					

Kegunaan Informasi

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menemukan konten yang berguna di TikTok mengenai destinasi wisata di Yogyakarta					
2	Saya menemukan konten yang informatif di TikTok mengenai destinasi wisata di Yogyakarta					
3	Saya menemukan konten yang bermanfaat di TikTok mengenai destinasi wisata di Yogyakarta					

Adopsi Informasi

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengikuti saran konten TikTok dan berniat melakukan perjalanan ke destinasi yang direkomendasikan di Yogyakarta					
2	Saya setuju dengan pendapat yang dikemukakan dalam konten					

	mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok					
3	Saya menemukan informasi konten TikTok telah memotivasi saya untuk mengunjungi suatu destinasi di Yogyakarta					

Niat Berkunjung

No.	Pertanyaan	Skala				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya ingin mengunjungi Yogyakarta setelah melihat konten di TikTok					
2	Saya ingin mengunjungi destinasi di Yogyakarta sesuai dengan gambaran di konten TikTok					
3	Saya berminat untuk mengunjungi destinasi di Yogyakarta sesuai dengan konten yang ada di TikTok					

"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

PERTANYAAN FILTER

Apabila tidak memenuhi kriteria responden, maka anda tidak perlu mengisi kuesioner ini

Apakah Anda sudah pernah mengunjungi Kota Yogyakarta? *

- Belum Pernah
- Sudah Pernah

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan
formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir



"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

PERTANYAAN FILTER

Apabila tidak memenuhi kriteria responden, maka anda tidak perlu mengisi kuesioner ini

Apakah Anda merupakan pengguna aktif TikTok? *

- Ya
 Tidak

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan
formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir



"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

PERTANYAAN FILTER

Apabila tidak memenuhi kriteria responden, maka anda tidak perlu mengisi kuesioner ini

Apakah Anda pernah menonton konten
TikTok mengenai destinasi wisata di
Yogyakarta? *

- Pernah
- Tidak Pernah

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan
formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir



"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



PERTANYAAN FILTER

Apabila tidak memenuhi kriteria responden, maka anda tidak perlu mengisi kuesioner ini

Usia

- 18 - 23 Tahun
- 24 - 35 Tahun
- 36 - 44 Tahun
- >44 Tahun

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan
formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir



"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

DATA RESPONDEN

Data pribadi hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya.

Asal Provinsi *

Pilih



Pertanyaan ini wajib diisi

Jenis Kelamin *

- Laki - Laki
 Perempuan

Pekerjaan *

- Pelajar/Mahasiswa
 Karyawan
 Wiraswasta
 Yang lain: _____

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan
formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

SOURCE EXPERTISE

Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan poin sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Saya dapat menambah pengetahuan mengenai destinasi wisata dari TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya mendapatkan informasi yang berkualitas di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya memperoleh informasi dari ahlinya di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

SUMBER KEPERCAYAAN

Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan poin sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang dapat dipercaya mengenai destinasi wisata di Yogyakarta pada TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang jujur di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan ketulusan dalam konten di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

AKURASI

Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan poin sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang akurat mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang benar mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang dapat diandalkan mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

"Pengaruh Saluran Tiktok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

KETEPATAN WAKTU

Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan poin sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang terkini mengenai destinasi wisata Yogyakarta di Tiktok

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang diunggah tepat waktu mengenai destinasi wisata Yogyakarta di Tiktok

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang terbaru tentang destinasi wisata Yogyakarta di Tiktok

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

KOMPREHENSIF

Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan poin sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang sesuai dengan nilai-nilai yang saya butuhkan di TikTok

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang memenuhi kebutuhan saya di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang memberikan informasi yang luas mengenai destinasi wisata di Yogyakarta pada TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Peryaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

KEGUNAAN INFORMASI

Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan poin sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang berguna di TikTok mengenai destinasi wisata di Yogyakarta

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang informatif di TikTok mengenai destinasi wisata di Yogyakarta *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan konten yang bermanfaat di TikTok mengenai destinasi wisata di Yogyakarta *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan
formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

ADOPSI INFORMASI

Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan poin sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Saya mengikuti saran konten TikTok dan berniat melakukan perjalanan ke destinasi yang direkomendasikan di Yogyakarta

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya setuju dengan pendapat yang dikemukakan dalam konten mengenai destinasi wisata Yogyakarta di TikTok

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya menemukan informasi konten TikTok telah memotivasi saya untuk mengunjungi suatu destinasi di Yogyakarta

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan
formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

"Pengaruh Saluran TikTok Terhadap Niat Kunjungan ke Destinasi Wisata di Yogyakarta: Analisis Empiris Berdasarkan Model Adopsi Informasi"

dessychristy6@gmail.com [Ganti akun](#)



* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

NIAT BERKUNJUNG

Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan poin sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Saya ingin mengunjungi Yogyakarta setelah melihat konten di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya ingin mengunjungi destinasi di Yogyakarta sesuai dengan gambaran di konten TikTok. *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Saya berminat mengunjungi destinasi di Yogyakarta sesuai dengan konten yang ada di TikTok *

Sangat Tidak Setuju (STS)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Sangat Setuju (SS)

Kirim salinan jawaban saya.

[Kembali](#)

[Kirim](#)

[Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.



Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. Laporkan Penyalahgunaan - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi

Google Formulir