



PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG GENERASI Z DI ARAYA STABLE YOGYAKARTA

Theresa Charyta Dei
21/481743/PT/09049

INTISARI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat berkunjung generasi Z di Araya *Stable* Yogyakarta. Pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan November hingga Desember 2024. Jumlah responden penelitian yang digunakan yaitu 100 responden dengan metode pengambilan data berupa *purposive sampling* yang merupakan bagian dari metode *non probability sampling*. Pengaruh media sosial diukur berdasarkan empat indikator yaitu *context* (X_1), *communication* (X_2), *collaboration* (X_3) dan *connection* (X_4). Minat berkunjung dapat diukur dengan empat indikator yaitu transaksional, referensial, preferensial, dan eksploratif. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu kuesioner tertutup dengan lima tingkatan skala Likert untuk memperoleh data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara langsung kepada responden yang tergolong generasi Z dan pernah melihat konten media sosial milik Araya *Stable* Yogyakarta. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen (media sosial) terhadap variabel dependen (minat berkunjung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dengan variabel independen yang meliputi *context* ($\beta=0,548$), *communication* ($\beta=0,758$), *collaboration* ($\beta=0,543$), dan *connection* ($\beta=1,172$) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 70.1% variasi dalam minat berkunjung dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang dimasukkan dalam model, sedangkan 29.9% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

(Kata kunci: Generasi Z, Media Sosial, Minat berkunjung, Pariwisata, *Stable* Kuda)



THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON GENERATION Z's VISITING INTEREST AT ARAYA STABLE YOGYAKARTA

Theresa Charyta Dei
21/481743/PT/09049

ABSTRACT

This research aimed to find out how social media influences the interest of Generation Z in visiting Araya Stable Yogyakarta. The study was conducted from November to December 2024. It involved 100 respondents, selected using purposive sampling, a method under non-probability sampling. The influence of social media was assessed using four indicators, which are context (X1), communication (X2), collaboration (X3), and connection (X4). Meanwhile, visit interest was measured through four aspects, which are transactional, referential, preferential, and exploratory. The data was collected using a closed-ended questionnaire with a five-point Likert scale to obtain primary data. Respondents were directly interviewed and consisted of Generation Z individuals who had seen Araya Stable Yogyakarta's social media content. The data analysis used multiple linear regression to see how much the independent variables (social media) affected the dependent variable (visit interest). The results showed that social media through context ($\beta = 0.548$), communication ($\beta = 0.758$), collaboration ($\beta = 0.543$), and connection ($\beta = 1.172$) had a significant impact on visit interest. In total, 70.1% of the variation in visit interest could be explained by the variables in the model, while the remaining 29.9% was influenced by other factors outside the study.

(Keywords: Generation Z, Horse Stable, Social Media, Tourism, Visit intention)