

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT PEMBELIAN CALON JAMAAH
UMRAH GENERASI *BABY BOOMERS* (STUDI KASUS
PT. RADIAN KHARISMA WISATA ATAU
ANNISA TRAVEL)**



AHMAD FAUZI RAHMAN 1409521043

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi syarat memporeleh gelar

Sarjana Terapan Pariwisata

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Universitas Negeri Jakarta

Tahun 2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fauzi Rahman

NIM : 1409521043

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing di Instagram terhadap Minat
Pembelian Calon Jamaah Umrah Generasi *Baby Boomers*
(Studi Pada PT. Radian Kharisma Wisata atau Annisa Travel)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karyaku sendiri dan di dalamnya terdapat hasil penelitian, pengolahan data serta analisis data yang telah saya lakukan sendiri, serta bukan merupakan hasil duplikasi dari karya atau penelitian orang lain.

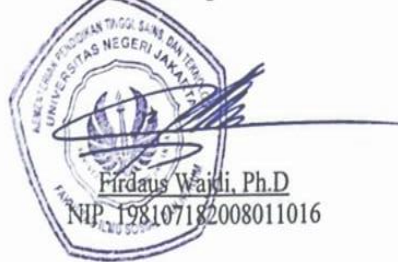
Jika skripsi ini terbukti merupakan hasil dari duplikasi atau plagiarisme dari karya orang lain, maka tesis ini akan dianggap tidak berlaku atau harus melakukan penelitian ulang untuk menyusun tesis baru dan kelulusan serta gelar dapat dibatalkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan kesadaran penuh.

Jakarta 2025


Ahmad Fauzi Rahman

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
 Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
 Universitas Negeri Jakarta



No	Nama	TTD	Tanggal
1.	Ketua Sidang <u>Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc.</u> NIP: 199008092018032002		16/7 '25
2.	Sekretaris <u>Rinie Octaviany Hasan, M.Si., M.M.Par</u> NIP: 199010292022032003		16/7/25
3.	Penguji Ahli I <u>Rahmat Darmawan, S.Pd., M.M.Par</u> NIP: 197912082015041001		16/7/25
4.	Pembimbing I <u>Fajar Aditya Nugroho, M.Par.</u> NIP: 199709252024061002		16/7/2025
5.	Pembimbing II <u>Rezka Fedrina, S.ST., M.M</u> NIP: 197602082008122001		22/7 2025

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kejeniusan adalah satu persen inspirasi dan sembilan puluh sembilan persen kerja keras.”

– Thomas A. Edison –

“Love the life you live. Live the life you love.”

– Bob Marley –

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

– QS Al-Insyirah –

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang tua tercinta, yaitu ayah dan ibu saya, ketulusan dari hati atas doa yang selalu mengalir. Juga untuk keluarga dan Syarifatunnisa yang sangat berperan dalam membantu serta memberi semangat dalam penulisan skripsi ini, dan untuk almamater hijau yang saya banggakan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing di Instagram terhadap minat pembelian calon jamaah umrah dari generasi Baby Boomers pada PT Radian Kharisma Wisata (Annisa Travel). Latar belakang penelitian ini didorong oleh peningkatan penggunaan platform media sosial di kalangan orang tua, serta lonjakan permintaan untuk perjalanan religi pasca pandemi. Generasi Baby Boomers (lahir antara 1946–1964) merupakan segmen pasar yang menjanjikan dan memerlukan strategi pemasaran digital yang terpercaya dan sesuai dengan karakteristik mereka.. menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei dan analisis regresi linier sederhana. Informasi dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada 130 partisipan yang memenuhi kriteria, dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil analisis mengindikasikan bahwa pemasaran digital di Instagram memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian calon jamaah umrah dari generasi Baby Boomers. Nilai t hitung sebesar 4,607 lebih besar daripada t tabel 1,66055 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H1) diterima. Temuan ini menggarisbawahi bahwa strategi pemasaran digital yang berbasis visual, testimoni, dan interaksi sosial melalui Instagram sangat efektif dalam menciptakan ketertarikan beli di segmen usia lanjut. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku industri perjalanan religi dalam merumuskan promosi yang lebih sesuai dan relevan dengan perilaku konsumen Baby Boomers.

Kata Kunci: Digital Marketing, Instagram, Minat Pembelian, Baby Boomers, Umrah, Annisa Travel

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of digital marketing on Instagram on the purchasing interest of prospective Umrah pilgrims from the Baby Boomer generation at PT Radian Kharisma Wisata (Annisa Travel). The background of this study is driven by the increasing use of social media platforms among parents, as well as the surge in demand for religious travel after the pandemic. The Baby Boomer generation (born between 1946–1964) is a promising market segment and requires a reliable digital marketing strategy that suits their characteristics. using a quantitative approach with survey techniques and simple linear regression analysis. Information was collected through questionnaires distributed to 130 participants who met the criteria, and analyzed using SPSS software. The results of the analysis indicate that digital marketing on Instagram has a significant influence on the purchasing interest of prospective Umrah pilgrims from the Baby Boomer generation. The calculated t value of 4.607 is greater than the t table of 1.66055 with a significance level of 0.000 ($p < 0.05$), which indicates that the alternative hypothesis (H1) is accepted. These findings underscore that digital marketing strategies based on visuals, testimonials, and social interactions through Instagram are highly effective in generating purchase interest among the older age group. This research is expected to serve as a reference for religious travel industry players in formulating promotions that are more appropriate and relevant to Baby Boomer consumer behavior.

Keywords: *Digital Marketing, Instagram, Purchase Interest, Baby Boomers, Umrah, Annisa Travel*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Fauzi Rahman
NIM : 1409521043
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/ Usaha Perjalanan Wisata
Alamat email : uziahmadfauzi80@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH DIGITAL MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT PEMBELIAN CALON JAMAAH UMRAH GENERASI BABY BOOMERS (STUDI KASUS PT. RADIAN KHARISMA WISATA ATAU ANNISA TRAVEL)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli
2025

Penulis

(Ahmad Fauzi Rahman)

KATA PENGANTAR

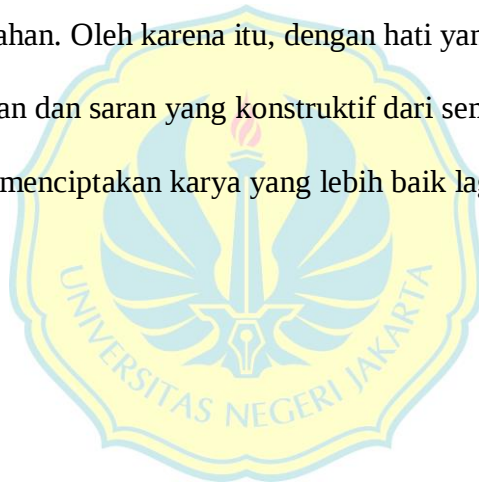
Penulis mengucapkan rasa puji syukur kepada Allah SWT atas segala kenikmatan dan anugerah-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu dengan judul **“PENGARUH DIGITAL MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT PEMBELIAN CALON JAMAAH UMRAH GENERASI *BABY BOOMERS* (STUDI PADA PT. RADIAN KHARISMA WISATA ATAU ANNISA TRAVEL)”**.

Penulis menyadari dalam Skripsi ini dapat tersusun dengan adanya dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Komarudin, M.si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Firdaus Wajdi, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Usaha Perjalanan Wisata, Ibu Revi Agustin Aisyianita, M.Sc.
4. Bapak Fajar Aditya Nugroho, M.Par. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Rezka Fedrina, S.ST., M.M. selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih atas kesediaannya telah memberikan bimbingan dan arahan.
5. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal untuk masa depan.
6. Bapak Muhammad Farhan Harish selaku Head HR/GA PT. Radian Kharisma Wisata, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di PT. Radian Kharisma Wisata atau Annisa Travel.
7. Seluruh karyawan dan karyawan di PT. Radian Kharisma Wisata atau Annisa Travel, yang dengan baik hati meluangkan waktunya untuk proses wawancara dengan penulis.

8. Bapak Mahmud Radiansyah dan Ibu Yul Setyasih tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan, serta Abang saya Muhammad Fadhila Rachman, yang ikut memberikan dukungan dalam menyelesaikan penulisan skripsi kepada penulis baik secara material maupun nonmaterial.
9. Syarifatunnisa yang sangat berkontribusi dalam membantu dan memberikan saya semangat dalam skripsi ini.
10. Seluruh keluarga, saudara, dan teman terdekat penulis yang telah memberikan dukungan serta doa kepada penulis.

Sebagai penutup, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan serta masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, dengan hati yang terbuka, penulis mengharapkan masukan dan saran yang konstruktif dari semua pihak supaya di masa mendatang bisa menciptakan karya yang lebih baik lagi.



Jakarta, Juni 2025

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Fauzi", written in a cursive style.

Ahmad Fauzi Rahman

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR.....	Error! Bookmark not defined.
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.2 Kerangka Berpikir	23
2.3 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
2.1 Pendekatan Penelitian.....	25
2.2 Objek Penelitian	25

2.3	Populasi dan Sampling	26
2.4	Metode Pengumpulan Data.....	28
2.5	Definisi Operasional Variabel.....	31
2.6	Variabel dan Desain Penelitian	36
2.7	Teknis Analisis Data.....	39
3.8	Jadwal Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Hasil Penelitian	43
4.2.	Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Rekomendasi.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN		70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		89