

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING
AND MICRO INFLUENCER MARKETING
ON TOURIST DESTINATION DECISION
(Survey on Karangresik Tasikmalaya Tourist Park Attractions)**

Compiled by:

**Kevin Kausar Hadiat M
203402260**

Guided By:

**Guide I : Mochammad Soleh Soe'aidy
Guide II : Allicia Deana**

The objectives of this research was to determine and analyze the influence of social media marketing and micro influencers on tourist destination decisions. The Influence of Micro Influencers on Social Media Marketing at the Karangresik Tasikmalaya Tourism Park Tourist Attraction. The research method used in this research was a survey method, while the type of data used in this research was primary data. The object of this research is tourists at the Karangresik Tasikmalaya Park tourist attraction, with a sampling technique using a purposive sampling method. The data analysis technique used was Structural Equation Modeling (SEM) analysis. The results of this test prove that social media marketing and micro influencers have a positive effect on tourist destination decisions. Micro influencers influence social media marketing at the Karangresik Tasikmalaya Tourist Park.

Keywords: Social Media Marketing, Micro Influencer, Tourist Destination Decision.

ABSTRAK

**PENGARUH *SOSIAL MEDIA MARKETING*
DAN *MICRO INFLUENCER MARKETING*
TERHADAP *TOURIST DESTINATION DECISION*
(Survey pada Objek Wisata Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya)**

Oleh:

**Kevin Kausar Hadiat M
203402260**

Dibawah Bimbingan:

Pembimbing I : Mochammad Soleh Soe'aidy

Pembimbing II: Allicia Deana

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Micro Influencer* Terhadap *Tourist Destination Decision*. Pengaruh *Micro Influencer* Terhadap *Social Media Marketing* Pada Objek Wisata Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Objek penelitian ini adalah wisatawan pada Objek Wisata Taman Karangresik Tasikmalaya, dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil pengujian ini membuktikan bahwa *Social media marketing* dan *Micro influencer* berpengaruh positif terhadap *tourist destination decision*. *Micro influencer* berpengaruh terhadap *Social media marketing* pada Objek Taman Wisata Karangresik Tasikmalaya.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Micro Influencer, Tourist Destination Decision*.