

TESIS

**PENGARUH MINANG KABAU *FOODSTAGRAMMING* DAN
DESTINATION IMAGE TERHADAP *DESTINATION CHOICE*
DI SUMATERA BARAT**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister
Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas, Padang**



Diajukan Oleh:

CHANDRA SYAHPUTRA

1920522058

Dosen Pembimbing:

Dr. Sari Lenggogeni, S.E., MM

**PROGRAM STUDI S2 MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
2022**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *foodstagramming* dan *destination image* terhadap *destination choice* di Sumatera Barat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan sampel sebanyak 200 responden yang berdomisili diluar daerah Sumatera Barat. Data yang digunakan adalah data primer melalui kuesioner yang berisi jawaban-jawaban responden.

Kuesioner yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan software AMOS 23.0. Uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan realibilitas, selanjutnya dilakukan uji kelayakan model berdasarkan nilai *Goodness of Fit* (Gof); kemudian dilakukan uji hipotesis dengan tehnik SEM dengan menggunakan software AMOS untuk menguji pengaruh *foodstagramming* dan *destination image* terhadap *destination choice* di Sumatera Barat.

Hasil dari pengujian ini menunjukkan *visual complexity* berpengaruh secara positif dan signifikan *destination image cognitive* dan *destination image affective* sebesar 0,617 dan 0,764. Hasil yang sama juga ditunjukkan variabel *destination image cognitive* dan *visual complexity* terhadap *destination choice* terdapat pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 0,487 dan 0,684. Sedangkan untuk variabel *destination image affective* menunjukkan tidak terdapat pengaruh terhadap variabel *destination choice*.

Kata Kunci: *Destination Choice, Destination Image Affective, Destination Image Cognitive, Visual Complexity*