

## ABSTRAK

Penelitian ini meneliti terkait pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Menginap di Hotel Java Heritage Purwokerto, khususnya *followers* akun instagram @javaheritagehotel. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan dari media sosial instagram terhadap keputusan tamu untuk menginap di Hotel Java Heritage Purwokerto. Penelitian ini hadir seiring fenomena meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi di dalam ketatnya persaingan industri perhotelan. Media sosial menjadi sarana promosi yang dianggap paling strategis di tengah perkembangan teknologi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survey, yaitu menyebarkan kuesioner *online* kepada 100 responden yang terpilih secara acak. Responden merupakan individu yang pernah menginap di Hotel Java Heritage Purwokerto dan merupakan *followers* akun instagram @javaheritagehotel. Penelitian ini menggunakan Teori Pembelajaran Sosial yang memiliki anggapan bahwa perilaku manusia terbentuk dari adanya pembelajaran melalui observasi terhadap suatu model. Model yang diamati dalam penelitian ini adalah akun instagram @javaheritagehotel yang nantinya menjadi faktor dalam pembentukan keputusan menginap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial instagram dengan keputusan tamu untuk menginap di Hotel Java Heritage Purwokerto berdasarkan dari data yang dikumpulkan melalui kuesioner serta sudah diuji dan dianalisis menggunakan *software* SPSS.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Keputusan Menginap, Teori Pembelajaran Sosial

## ABSTRACT

This study examines the influence of Instagram Social Media on Staying Decisions at Java Heritage Purwokerto Hotel, especially followers of the @javaheritagehotel Instagram account. This study aims to see how much influence Instagram social media has on guests' decisions to stay at Java Heritage Purwokerto Hotel. This research comes along with the phenomenon of the increasing use of social media as a means of promotion in the tight competition in the hospitality industry. Social media is a means of promotion that is considered the most strategic in the midst of technological developments. The approach used in the research is a descriptive quantitative approach with a survey method, namely distributing online questionnaires to 100 randomly selected respondents. Respondents are individuals who have stayed at Java Heritage Purwokerto Hotel and are followers of the @javaheritagehotel Instagram account. This research uses Social Learning Theory which assumes that human behavior is formed from learning through observation of a model. The model observed in this study is the Instagram account @javaheritagehotel which will be a factor in the forming of the decision to stay. The results showed that there was an influence between Instagram social media and guest decisions to stay at Java Heritage Purwokerto Hotel based on data collected through questionnaires and had been tested and analyzed using SPSS software.

**Keywords:** Social Media, Staying Decision, Social Learning Theory