

**PENGARUH HARGA TIKET, *INFLUENCER MARKETING* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN
BERWISATA DI TELAGA NGEHEL**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Ulfa Dwiyanti

NIM : 22415632

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

**PENGARUH HARGA TIKET, *INFLUENCER MARKETING* DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN
BERWISATA DI TELAGA NGEBEL**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Ulfa Dwiyanti

NIM : 22415632

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Harga Tiket, *Influencer Marketing* dan
Electronic Word of Mouth (e-WOM) Terhadap
Keputusan Berwisata di Telaga Ngebel.
Nama : Ulfa Dwiyanti
NIM : 22415632
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 07 Desember 2003
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

Siti Chamidah, SE., M.Si
NUPTK. 3851749650230102

Ponorogo,
Pembimbing II

Wahna Widhianingrum, SP., MM
NUPTK. 3439764665230213

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si
NUPTK. 1970101619990412

Ketua

Siti Chamidah, SE., M.Si
NUPTK. 3851749650230102

Dosen Penguji
Sekretaris

Dr. Sri Hartono, SE., MM
NUPTK. 9562749652110033

Anggota

Dr. Riawan, S.Pd., M.M
NUPTK. 537763664131113

RINGKASAN

Ulfa Dwiyanti

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Pengaruh Harga Tiket, *Influencer Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berwisata di Telaga Ngebel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode kuantitatif. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara offline kepada responden dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 26. Populasi pada penelitian ini yaitu wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Telaga Ngebel. Sampel pada penelitian ini berjumlah 96 responden dengan menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga Tiket (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwisata di Telaga Ngebel. *Influencer Marketing* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwisata di Telaga Ngebel. *Electronic Word of Mouth* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwisata di Telaga Ngebel. Harga Tiket (X1), *Influencer Marketing* (X2) dan *Electronic Word of Mouth* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berwisata di Telaga Ngebel.

Kata Kunci : Harga Tiket, *Influencer Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Berwisata

MOTTO

“Fa inna ma’al ‘usri yusra, inna ma’al ‘usri yusra.”.

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah (94): 5-6)

Kesederhanaan adalah kecanggihan tertinggi.

(Leonardo da Vinci)



KATA PENGANTAR

Puji syukur terpanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas segala limpahan rahmatnya, ridho serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh Harga Tiket, *Influencer Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berwisata di Telaga Ngebel."**.Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah seperti sekarang ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yag tulus kepada:

1. Bapak Dr Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd,MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Siti Chamidah, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Wahna Widhianingrum, SP.,MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan serta

semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Teman-teman seperjuangan manajemen Khususnya Kelas A angkatan 2022 yang menjadi bagian tak terpisahkan dalam perjalanan akademik ini, terimakasih atas kebersamaan dan semangat yang kalian berikan.
7. Seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, memberikan doa, dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh untuk dikatakan sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Ponorogo, 28 Januari 2026

Penulis



Ulfa Dwiyantri

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah Swt atau rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga Tiket, Influencer Marketing dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berwisata di Telaga Ngebel” dengan rasa syukur atas rahmat dan karunia Allah Swt, penulis persembahkan kepada

1. Kepada almarhumah Ibu tercinta, Ibu Katini, terima kasih atas cinta, doa, dan pengorbanan yang tak pernah terhitung. Meski raga tak lagi bersama, kasih dan ajaran Ibu selalu hidup dalam setiap langkah dan keputusan yang ditempuh. Karya ini dipersembahkan sebagai wujud bakti dan rasa terima kasih yang tak pernah usai. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, ampunan, dan tempat terbaik di sisi-Nya untuk Ibu. Amin. Rindu yang menyakitkan itu adalah rindu ketika namanya sudah tertulis di batu nisan dan jasadnya terbungkus kain kafan.
2. Kepada Bapak Boyadi, terima kasih atas doa, dukungan, serta nasihat yang senantiasa diberikan dengan penuh ketulusan. Setiap pencapaian dalam perjalanan ini tidak lepas dari peran dan bimbingan Bapak yang selalu menguatkan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan Bapak dengan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan yang berlimpah...
3. Kepada kakak tercinta Moh. Faridin dan Nurul Hidayati atas dukungan dan motivasi terbaik untuk penulis, terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini. Tumbuhlah menjadi versi yang paling hebat dan kuat.

4. Teruntuk keponakan laki-lakiku, Hiko Azriel Arrayyan, yang terkadang mengganggu penulis mengerjakan karya tulis ini, tetapi juga selalu membuat penulis tersenyum.
5. Untuk Ardi Kurniawan, terima kasih telah menjadi tempat pulang paling tenang di tengah lelah dan ragu. Terima kasih atas doa, dukungan, kesabaran, dan kepercayaan yang tak pernah putus. Setiap langkah yang berhasil ditempuh hari ini, ada kamu yang selalu menyemangati dari dekat. Semoga segala kebaikan yang kamu berikan kembali berlipat, dan semoga kita selalu diberi kekuatan untuk tumbuh bersama.
6. Kepada teman-teman tersayang, Elda, Opy, Azka, Ella, Dita, Nia, Lucky, dan Nihaya, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, tawa, dan semangat yang selalu hadir di setiap langkah perjalanan ini. Kalian adalah bagian penting yang membuat proses ini terasa lebih ringan dan penuh cerita. Semoga persahabatan kita selalu terjaga dan masing-masing dari kita diberi kemudahan dalam meraih cita-cita.
7. Kepada diri sendiri, Ulfa Dwiyanti, terima kasih karena telah memilih untuk terus melangkah, meskipun perjalanan ini tidak selalu mudah dan sering kali dipenuhi rasa lelah, ragu, serta keinginan untuk menyerah. Terima kasih karena telah bertahan di tengah keterbatasan, belajar menerima keadaan, dan tetap berusaha memberikan yang terbaik dalam setiap proses yang dijalani. Setiap kesulitan yang dihadapi, setiap kegagalan yang pernah dialami, dan setiap air mata yang terjatuh telah membentuk pribadi yang lebih kuat, lebih dewasa, dan lebih bijaksana. Proses panjang ini mengajarkan arti kesabaran, keikhlasan, dan ketekunan, serta

menyadarkan bahwa tidak ada usaha yang benar-benar sia-sia. Semoga ke depan kamu semakin percaya pada kemampuan diri sendiri, berani mengambil keputusan, dan tidak takut untuk bermimpi lebih besar. Karya ini dipersembahkan sebagai bentuk penghargaan atas perjuangan, keteguhan hati, dan komitmen untuk terus berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) , dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 28 Januari 2026



DITANDATANGANI

Ulfa Dwiyanti

NIM. 22415632



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
PERSEMBAHAN	viii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang Masalah	17
1.2 Perumusan Masalah	23
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Landasan Teori	26
1. Manajemen	26
2. Manajemen Pemasaran	27
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	28
4. Teori Perilaku Terencana	29
5. Pengertian Konsumen	31
6. Perilaku Konsumen	31
7. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	33
8. Keputusan Berwisata	36
9. Harga Tiket	38
10. Influencer Marketing	40
11. <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	41
2.2 Penelitian Terdahulu	43
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	45
2.4 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	52

5.1	Ruang Lingkup Penelitian	52
5.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
1.	Populasi	52
2.	Sampel	53
5.3	Metode Pengambilan Data.....	54
1.	Sumber Data	54
a.	Data Primer.....	54
b.	Data Sekunder	55
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	55
5.4	Definisi Operasional Variabel	58
3.5	Metode Analisis Data.....	65
1.	Uji Instrumen.....	65
2.	Teknik Analisis Data	66
3.	Uji Hipotesis	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Hasil Penelitian	70
1.	Gambaran Umum Telaga Ngebel	70
2.	Gambaran Umum Responden.....	74
3.	Analisis Deskriptif.....	85
4.	Hasil Olah Data Penelitian	90
4.2	Pembahasan.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		117
5.1	Kesimpulan	117
5.2	Saran	118
DAFTAR PUSTAKA		120
LAMPIRAN.....		128

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top 3 Destinasi Wisata Favorit Bagi Wisatawan Nusantara Kabupaten Ponorogo Tahun 2022-2024	18
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3. 1 Pilihan Jawaban	58
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	79
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial	81
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terkait Variabel Harga Tiket (X1)	86
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terkait Variabel <i>Influencer Marketing</i>	87
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Terkait Variabel Electronic Word of Mouth (X3).....	88
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Terkait Variabel Keputusan Berwisata (Y)	89
Tabel 4. 9 Tabel uji validitas per variabel.....	92
Tabel 4. 10 Hasil Reliability	96
Tabel 4. 11 Hasil Regresi Linier Berganda.....	98
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi.....	101
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	102
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Keputusan Pembelian Konsumen	33
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	46
Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Ngebel	70
Gambar 4. 2 Foto Destinasi Telaga Ngebel	72
Gambar 4. 3 Foto Destinasi Telaga Ngebel	73
Gambar 4. 4 Daerah Penerimaan Atau Penolakan	103
Gambar 4. 5 Daerah Penerimaan Atau Penolakan	104
Gambar 4. 6 Daerah Penerimaan Atau Penolakan	106



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	128
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	131
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian.....	132
Lampiran 4 Karakteristik Responden	133
Lampiran 5 Rekapitulasi Data.....	136
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	140
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	144
Lampiran 8 Hasil Analisis Data	145
Lampiran 9 Hasil Uji T dan Uji F.....	146
Lampiran 10 Tabel r.....	147
Lampiran 11 Tabel F.....	148
Lampiran 12 Berita Acara Bimbingan.....	149
Lampiran 13 Bukti Submit.....	151
Lampiran 14 Bukti Bebas Plagiasi.....	152

