

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT*,
DAN *PERCEIVED AUTHENTICITY* TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG PADA WISATA KULINER
JATI SUMUNAR WONOGIRI**



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 : Sekar Melani Suci

NIM : 22415674

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

**PENGARUH *GREEN MARKETING*, *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT*,
DAN *PERCEIVED AUTHENTICITY* TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG PADA WISATA KULINER
JATI SUMUNAR WONOGIRI**



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 : Sekar Melani Suci

NIM : 22415674

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Green Marketing*, *Social Media Engagement*
dan *Perceived Authenticity* Terhadap Keputusan
Berkunjung Pada Wisata Kuliner Jati Sumunar
Wonogiri

Nama : Sekar Melani Suci

NIM : 22415674

Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 29 Desember 2003

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 30 Juli 2026

Pembimbing I


Dr. Heri Wijavanto, S.T., M.M., M.Kom.
NUPTK. 0857752653130142

Pembimbing II


Yusup Arip, S.E., M.M.
NUPTK. 84467636641370

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si
NIK. 19701016 199904 12

Dosen Penguji:

Penguji I


Dr. Heri Wijavanto, S.T., M.M., M.Kom.
NUPTK. 0857752653130142

Penguji II


La Ode Suglanto, S.Pd., MM
NUPTK. 5962763664130202

Penguji III


Eka Destrivanto P. A., S.AB., M.M
NUPTK. 55437626632310334

ABSTRAK

Skripsi: “PENGARUH *GREEN MARKETING*, *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT*, DAN *PERCEIVED AUTHENTICITY* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA WISATA KULINER JATI SUMUNAR WONOGIRI”; Sekar Melani Suci, NIM: 22415674, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pembimbing I: Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom.

Pembimbing II: Yusup Arip, S.E., M.M.

Penelitian ini mengkaji pengaruh faktor psikologis dan pemasaran digital, yaitu *Green Marketing*, *Social Media Engagement*, dan *Perceived Authenticity* terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Kuliner Jati Sumunar Wonogiri. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana ketiga variabel tersebut mempengaruhi keputusan berkunjung ke wisata tersebut. Metodologi yang digunakan adalah survei dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengunjung wisata kuliner jati sumunar wonogiri, kemudian dianalisis menggunakan SmartPLS 3 dengan pendekatan kuantitatif dan Skala Likert. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik: *Accidental Sampling*, apabila jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, maka jumlah sampel diperoleh dari rumus Cochran dan mendapatkan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner berupa *googleform*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green Marketing*, *Social Media Engagement*, dan *Perceived Authenticity* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisata kuliner jati sumunar wonogiri. Temuan ini memberikan manfaat bagi pengelola dan pedagang dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan media digital, memperkuat citra ramah lingkungan, serta mempertahankan keaslian destinasi guna meningkatkan minat dan keputusan berkunjung wisatawan.

Kata Kunci: *Green, Marketing, Social, Media, Engagement, Perceived, Authenticity, Keputusan, Berkunjung*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas pemberian Rahmat dan Karunia, sehingga memberikan jalan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Green Marketing*, *Social Media Engagement*, dan *Perceived Authenticity* terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Kuliner Jati Sumunar Wonogiri”** dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan penyelesaian Program Studi Sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Skripsi ini memiliki berbagai keterbatasan, baik dari segi kemampuan, pengetahuan maupun pengalaman penulis. Penulis juga menegaskan adanya bantuan dari berbagai pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan untuk:

1. Allah SWT atas pemberian kemudahan, kesabaran, keteguhan, serta kelancaran pengerjaan skripsi ini dari tahap awal hingga akhir.
2. Dr. Rido Kurnianto M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Riawan, S.Pd., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Bapak Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing penyusunan

skripsi ini secara penuh.

6. Bapak Yusup Arip, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penyusunan skripsi ini secara penuh.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staf atas kebersamaan, wawasan, dan pengalaman yang telah dibagikan.
8. Kedua orang tua, keluarga besar, dan teman-teman, yang telah mendukung penulis baik secara moral maupun spiritual.

Penulis mendoakan keberkahan bagi setiap pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini. Disadari bahwa hasil penelitian ini belum sempurna, sehingga penulis sangat terbuka terhadap saran yang membangun untuk perbaikan kualitas penelitian selanjutnya. Besar harapan penulis agar karya ini dapat menjadi literatur yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktisi di lapangan.

Wa'alaikumussalam Wr. Wb

Ponorogo, 30 Juli 2026

Penulis



Sekar Melani Suci

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi Allah SWT. Atas limpahan rahmat, nikmat, kekuatan, dan kesempatan yang tak henti diberikan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan penuh syukur dan ketulusan, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Terimakasih kepada Allah SWT, telah memberikan kekuatan fisik dan jiwa hingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Kepada orang tua tercinta, *support system* terbaik Bapak Narno dan Ibu Giyarti, yang senantiasa mengusahakan anak satu-satunya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya terimakasih selalu memberikan dukungan baik moral maupun material, serta selalu memanjatkan doa untuk kelancaran dan kemudahan penulis, Yang tidak henti hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan keberkahan kepada beliau karena telah menjadi figur orang tua terbaik bagi penulis, terimakasih sudah ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
3. Bapak Dr. Heri Wijayanto, S.T.,M.M.,M.Kom, selaku Dosen Pembimbing I yang tidak pernah lelah dalam memberikan arahan dan bimbingan penuh sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Yusup Arip, S.E., M.M , selaku Dosen Pembimbing II yang tidak pernah lelah dalam memberikan arahan dan bimbingan penuh sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen Kelas D angkatan 2022, atas kebersamaan dalam setiap proses perjuangan. Terimakasih atas bantuan, motivasi, dan kenangan yang telah terukir selama masa perkuliahan.
6. Semua Pihak yang terlibat dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
7. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Arminda Aan Diasmara, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, yang selalu memberikan dukungan, meluangkan waktunya untuk membantu, memberikan semangat, dan meyakinkan penulis bahwa penulis bisa dan mampu menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
8. Terakhir, untuk diri sendiri, Sekar Melani Suci, terima kasih atas segala kerja keras, air mata, doa, dan semangat yang tidak pernah benar-benar padam meskipun berkali-kali merasa lelah. Terima kasih telah mempercayai proses, meskipun jalannya tidak selalu mudah dan sering kali terasa berat. Setiap luka, lelah, dan kegagalan telah membentuk pribadi yang lebih tangguh dan dewasa. Semoga ke depan langkah ini semakin mantap, hati semakin kuat, dan diri ini terus bertumbuh 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, 30 Juli 2026



METERAI
TEMPEL
CAOX061174200

Sekar Melani Suci

NIM: 22415674

MOTTO

“Tiada kekayaan yang lebih utama daripada akal, tiada kepapaan (kemiskinan) yang lebih menyedihkan daripada kebodohan, tiada warisan yang lebih baik daripada pendidikan (adab).”

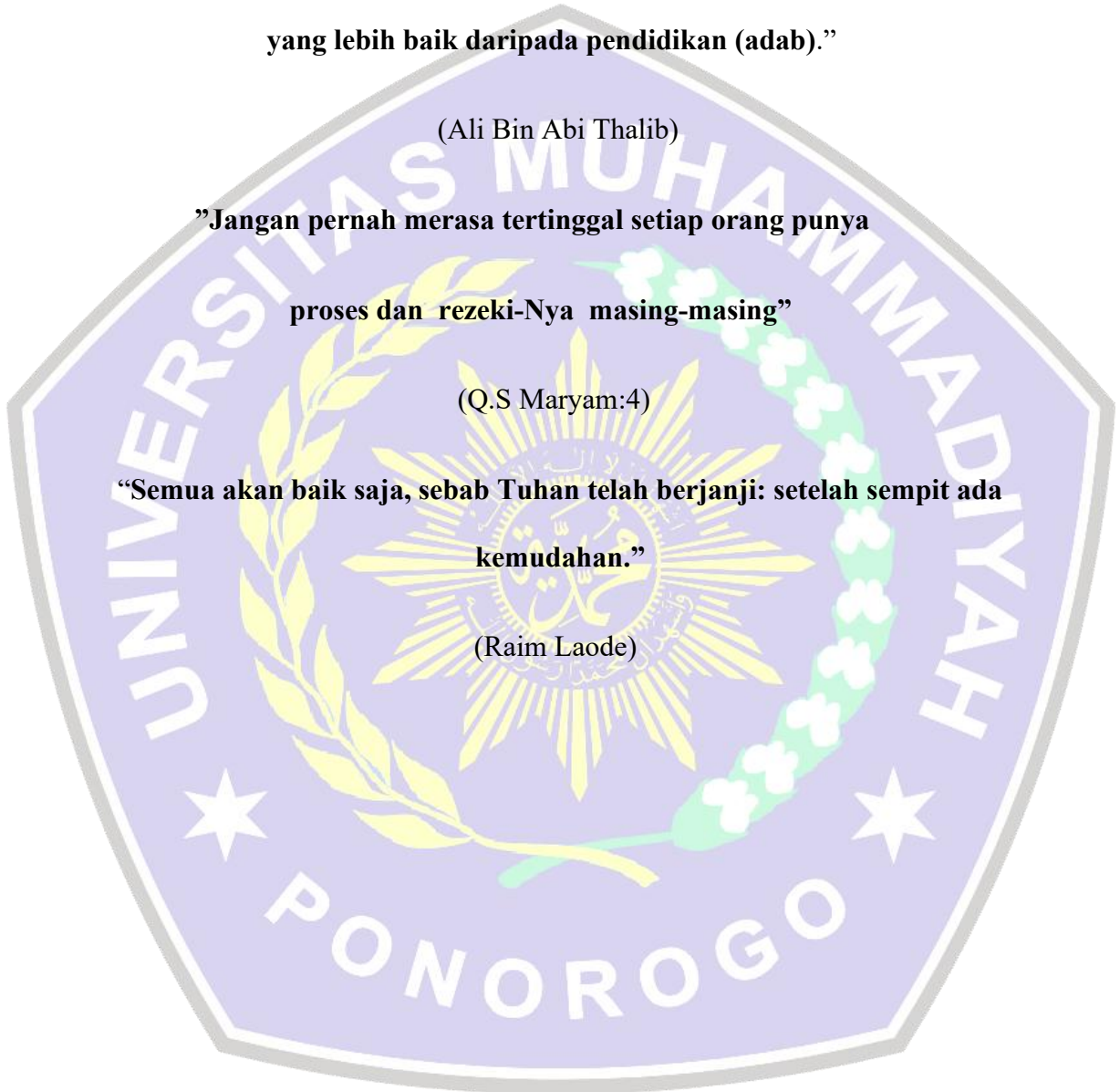
(Ali Bin Abi Thalib)

”Jangan pernah merasa tertinggal setiap orang punya proses dan rezeki-Nya masing-masing”

(Q.S Maryam:4)

“Semua akan baik saja, sebab Tuhan telah berjanji: setelah sempit ada kemudahan.”

(Raim Laode)



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGATAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	viii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Konseptual Penelitian.....	36
D. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian.....	42
B. Definisi Operasional Variabel.....	47

C. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Hasil Penelitian.....	51
B. Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87

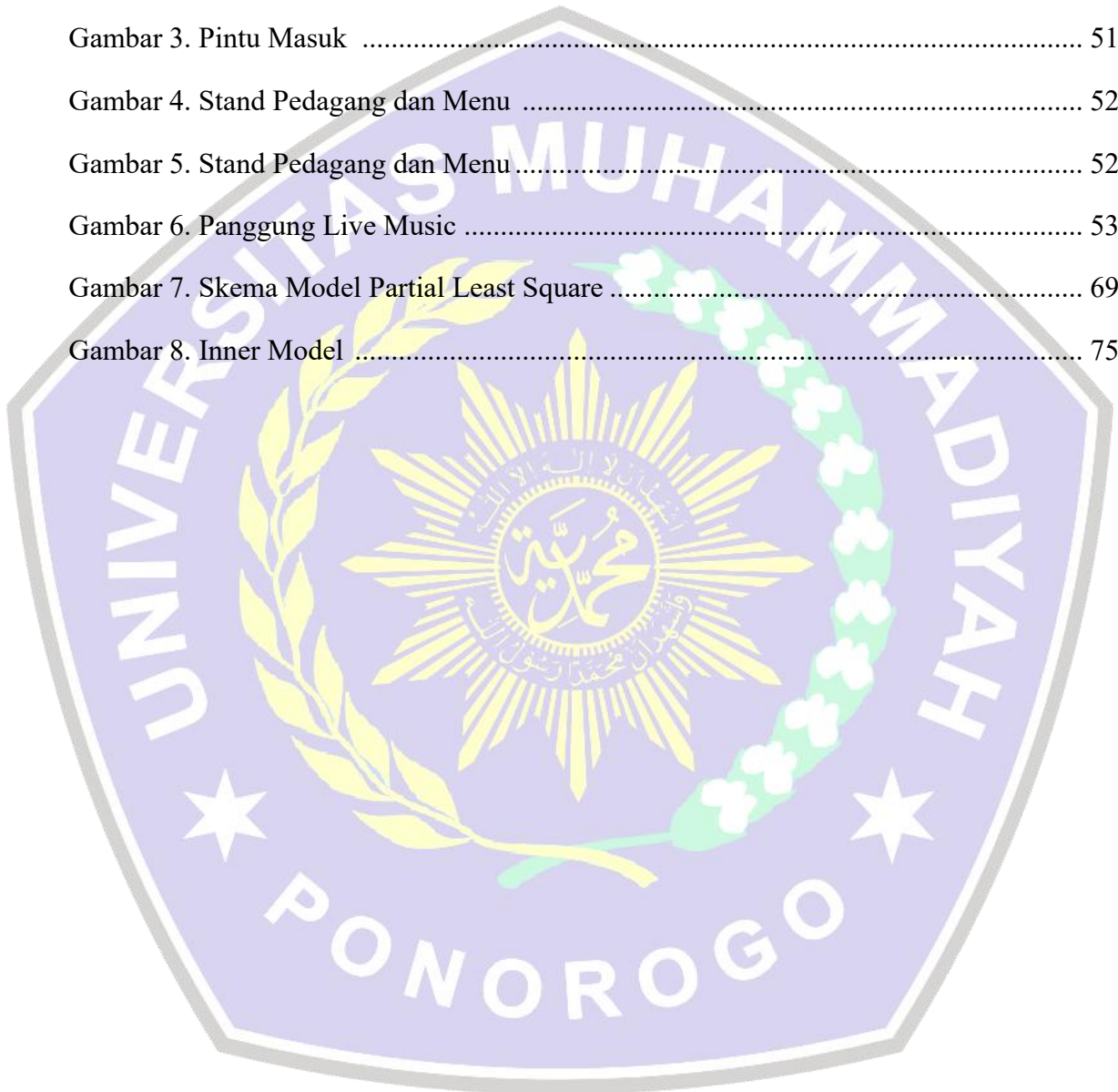


DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indikator <i>Green Marketing</i>	21
Tabel 2. Indikator <i>Social Media Engagement</i>	24
Tabel 3. Indikator <i>Perceived Authenticity</i>	28
Tabel 4. Indikator Keputusan Berkunjung	32
Tabel 5. Penelitian Terdahulu	33
Tabel 6. Ikhtisar Study	35
Tabel 7. Ikhtisar Study	37
Tabel 8. Ikhtisar Study	38
Tabel 9. Skala Likert	44
Tabel 10. Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 13 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	56
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Intesitas Penggunaan Media Sosial ...	57
Tabel 16. Tanggapan Responden Terhadap <i>Green Marketing</i> (N= 100).....	58
Tabel 17. Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Media Engagement</i> (N= 100)	61
Tabel 18 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Authenticity</i> (N=100).....	64
Tabel 19. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Berkunjung (N= 100)	66
Tabel 20. Nilai Outer Loading	70
Tabel 21. Nilai AVERAGE Variant Extracte	72
Tabel 22. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	72
Tabel 23. Nilai R-Square (R ²)	73
Tabel 24. Hasil Pengujian Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	18
Gambar 2. Kerangka Konseptual	34
Gambar 3. Pintu Masuk	51
Gambar 4. Stand Pedagang dan Menu	52
Gambar 5. Stand Pedagang dan Menu	52
Gambar 6. Panggung Live Music	53
Gambar 7. Skema Model Partial Least Square	69
Gambar 8. Inner Model	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	92
Lampiran 2. Data Tanggapan Responden	98
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	102
Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data.....	106
Lampiran 5. Cek Plagiasi.....	107
Lampiran 6. Berita Acara Bimbingan.....	108
Lampiran 7. Dokumentasi.....	110
Lampiran 8. LoA Artikel.....	113
Lampiran 9. Surat Ijin Penelitian.....	114

