

**SKRIPSI**

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL, *WORD OF MOUTH*,  
DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP  
KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE WISATA ALAM GUNUNG  
BROMO**

**(Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**



Diajukan Oleh :

**Diafira Malika Rahma**

**NPM : 22420088**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2026**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

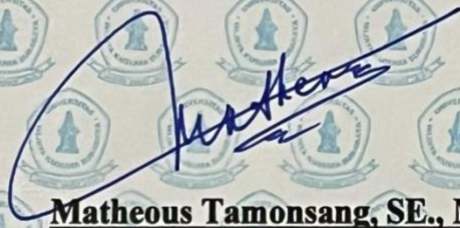
**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL, *WORD OF MOUTH*, DAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
KE WISATA ALAM GUNUNG BROMO  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

**Diajukan Oleh :**

**DIAFIRA MALIKA RAHMA**  
**NPM : 22420088**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Matheous Tamonsang, SE., MSi.**

**Tanggal, 14 February 2026**

**KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM.**

**Tanggal, 20 Jan '26**

**HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI**


**SKRIPSI**

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL, *WORD OF MOUTH*, DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
KE WISATA ALAM GUNUNG BROMO  
(Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

**Diajukan Oleh :**  
**DIAFIRA MALIKA RAHMA**  
**NPM : 22420088**

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**Pembimbing Utama**



**Matheous Tamonsang, SE., MSi.**

**Anggota Dewan Penguji**



**Evianah, SE., M.Si.**



**Ni ketut Yulia Agustini, SE., MM.**

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen  
Tanggal, ...28...~~27~~...~~26~~..**



**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM.**  
**Ketua Program Studi**

## PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan atas nama orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama skripsi dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang - undangan yang berlaku.

Surabaya, 13 Januari 2026  
Yang Membuat Pernyataan



Diafira Malika Rahma  
22420088

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL, WORD OF MOUTH, DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE WISATA ALAM GUNUNG BROMO (Studi pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 MANAJEMEN, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus, penulis menyampaikan apresiasi kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM.CRA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Matheous Tamonsang, SE., MSi. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berperan dalam proses penyusunan skripsi ini melalui bimbingan, arahan, serta dukungan yang diberikan kepada penulis hingga penyelesaian skripsi.
5. Ibu Dr. Santirianingrum Soebandhi, SE., M.Com. selaku Dosen wali penulis selama menjalankan studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

7. Kedua orang tua tersayang, terima kasih atas segala pengorbanan, doa, dan kasih sayang yang tak pernah terputus. Ayah dan ibu selalu memberikan dukungan terbaik, baik secara moral maupun finansial, serta mengutamakan pendidikan dan kebahagiaan penulis. Semoga skripsi ini dapat menjadi salah satu bukti bakti dan membuat ayah serta ibu bangga. Besar harapan penulis agar ayah dan ibu senantiasa diberikan kesehatan, umur panjang, dan dapat menyaksikan keberhasilan penulis di masa mendatang.
8. Adik perempuan saya, yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif dan menjadi panutannya di masa yang akan datang kelak.
9. Kepada sepupu saya, Nadira Elsa Gusnia, terima kasih atas bantuan, inspirasi, masukan, serta semangat yang senantiasa diberikan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Amalia Rizka Azzahro, teman kecil hingga saat ini yang telah menyaksikan dan menemani perjalanan hidup penulis dari waktu ke waktu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang senantiasa diberikan hingga penulis dapat terus bertahan dan melangkah sampai sekarang.
11. Sahabat yang penulis temui di bangku perkuliahan, khususnya Citra, Nadia, Dinda, dan Sherly, yang selalu membersamai penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan ini. Terima kasih telah berjuang bersama, canda tawa, serta dukungan yang menjadikan penulis kuat selama di bangku perkuliahan. Sukses selalu dan jangan asing ya meskipun ke depannya akan menjalani jalan masing-masing.
12. Terima kasih kepada Verry Ardiansyah Putra, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan perkuliahan penulis. Terima kasih atas waktu, dukungan, dan semangat yang diberikan, serta telah menemani, mendengarkan, dan menguatkan penulis hingga proses penyusunan skripsi ini. Semoga segala harapan baik yang telah direncanakan bisa terwujud dikemudian hari.
13. Terakhir sebelum penulis akhiri, *“Beberapa anak memang terlahir beruntung di tengah keluarga yang berkecukupan. Sisanya lebih beruntung lagi karena diberi hati dan tulang yang kuat untuk berusaha sendiri”*, kata-kata yang

pernah penulis baca dan membuat penulis bisa bertahan hingga titik ini. Terima kasih banyak kepada Diafira Malika Rahma selaku penulis, yang telah berusaha dan tidak lelah dalam kondisi apa pun. Adapun kurang lebihnya, mari kita rayakan diri sendiri.

Penulis selalu berdoa kepada Allah SWT untuk memberikan balasan yang baik kepada semua pihak yang ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada di skripsi ini maka kritik dan masukan sangat lah bermanfaat.

Surabaya, 29 Desember 2025

Penulis

(Diafira Malika Rahma)

## ABSTRAK

Keputusan berkunjung ke wisata alam gunung bromo berkembang pesat seiring dengan masifnya penggunaan sosial media terutama instagram dan tiktok, intensitas komunikasi antar wisatawan serta munculnya fenomena *fear of missing out* khususnya pada generasi muda, berbagai konten, vlog dan ulasan yang muncul di sosial media tentang gunung bromo membentuk persepsi yang kuat dan dorongan untuk berkunjung. Tujuan Penelitian ini menganalisis seberapa besar pengaruh atau dampak yang ditimbulkan oleh Konten Media Sosial, *Word Of Mouth* dan Fomo Terhadap Keputusan Berkunjung di wisata alam gunung bromo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan menggunakan metode SEMPLS melalui aplikasi smartpls 4.0 sebagai alat bantu untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap keputusan berkunjung, sampel yang diperoleh sebanyak 110 dengan jumlah populasi sebesar 8078. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konten Media Sosial, *Word of Mouth* dan Fomo berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil itu menegaskan bahwa keputusan berkunjung sendiri sangat erat kaitannya dengan ketiga variabel bebas tersebut dan jika dilihat dari hasil R Square sebesar 0.882 atau 88.2% menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang kuat dalam menjelaskan keputusan berkunjung ke wisata alam Gunung Bromo. Bagi pengelola wisata gunung bromo perlu diperhatikan bahwa sedikit saja ulasan negatif yang muncul maka akan memiliki dampak yang besar pada tingkat kunjungan.

**Kata Kunci :** Konten Media Sosial, Fomo, *Word Of Mouth*, Keputusan Berkunjung

## **ABSTRACT**

*The decision to visit Mount Bromo's natural attractions has grown rapidly along with the massive use of social media, especially Instagram and TikTok, the intensity of communication between tourists, and the emergence of the fear of missing out phenomenon, especially among the younger generation. Various content, vlogs, and reviews appearing on social media about Mount Bromo have formed a strong perception and encouragement to visit. The objective of this study is to analyse the extent of the influence or impact of social media content, word of mouth, and FOMO on the decision to visit Mount Bromo's natural attractions. The research uses a descriptive quantitative approach and employs the SEMPLS method through the SmartPLS 4.0 application as a tool to determine the influence of each independent variable on the decision to visit. A sample of 110 was obtained from a population of 8,078. The results show that social media content, word of mouth, and FOMO have a significant influence on the decision to visit. These results confirm that the decision to visit is closely related to these three independent variables. The R Square value of 0.882 or 88.2% indicates that these three independent variables together contribute significantly to explaining the decision to visit Mount Bromo. Managers of Mount Bromo tourism need to be aware that even a few negative reviews can have a significant impact on visitor numbers.*

**Keywords :** *Social Media Content, FOMO, Word of Mouth, Visiting Decisions*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	10
2.1.2 Keputusan Berkunjung.....	11
2.1.3 Konten Media Sosial .....	13
2.1.4 <i>Word of Mouth</i> .....	14
2.1.5 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO).....	16
2.1.6 Hubungan Antarvariabel .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19

2.3 Pengembangan Hipotesis .....	25
2.3.1 Konten Media Sosial Berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung .....	25
2.3.2 <i>Word of Mouth</i> Berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung .....	25
2.3.3 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung .....	26
2.3.4 <i>Word of Mouth</i> Sebagai Variabel yang Berpengaruh Dominan terhadap Keputusan Berkunjung .....	27
2.4 Kerangka Konseptual .....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Pendekatan Penelitian .....	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	31
3.2.1 Populasi .....	31
3.2.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.3 Identifikasi Variabel.....	33
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	33
3.4.1 Konten Media Sosial (X1) .....	34
3.4.2 <i>Word of Mouth</i> (X2) .....	34
3.4.3 <i>Fear of Missing Out</i> (X3).....	34
3.4.4 Keputusan Berkunjung (Y) .....	35
3.5 Jenis Data .....	35
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	36
3.7 Teknik Analisis Data .....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	41
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.1. Gambaran Umum Wisata Alam Gunung Bromo.....	41
4.1.2. Karakteristik Responden .....	43
4.1.3. Deskripsi Jawaban Responden .....	45
4.1.4. Hasil Penelitian.....	56
4.2. Pembahasan.....	65
4.2.1. Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Keputusan Berkunjung ke wisata Gunung Bromo .....	65

4.2.2. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Alam Gunung Bromo. ....	67
4.2.3. Pengaruh <i>Fear Of Missing Out</i> Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Alam Gunung Bromo .....	69
4.2.4. Variabel yang paling dominan terhadap keputusan berkunjung di wisata alam gunung bromo .....	72
BAB V PENUTUP.....	74
5.1. Kesimpulan .....	74
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	75
5.3. Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA .....	77

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Table 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Table 4.3 Karakteristik responden Berdasarkan Fakultas.....	44
Table 4.4 Rentang Nilai Responden .....	45
Tabel 4.5 Deskripsi jawaban responden tentang Konten Media Sosial .....	45
Table 4.6 Deskripsi jawaban responden mengenai Word Of Mouth.....	48
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Fear Of Missing Out .....	50
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Keputusan Berkunjung .....	53
Table 4.9 Hasil uji Outer Loading .....	56
Table 4.10 Hasil Average Varians Extracted.....	58
Table 4.11 Cronbach Alpha .....	58
Tabel 4.12 Composite Reliability .....	59
Table 4.13 Hasil Crossloading .....	60
Table 4.14 Hasil R Square .....	62
Tabel 4.15 Hasil Path Coefficient .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Konstekstual .....	28
Gambar 4.1 Outer Model Struktural .....	57
Gambar 4.2 Inner Model Struktural .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	82
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	84
Lampiran 3 Model Struktural Outer Model .....	96
Lampiran 4 Outer Loading.....	96
Lampiran 5 Construk Reliability dan Validity.....	96
Lampiran 6 Crossloading .....	97
Lampiran 7 R square .....	97
Lampiran 8 Struktural model (inner) .....	97
Lampiran 9 Path Coefficient .....	98
Lampiran 10 T-tabel.....	98