

**PENGARUH KONTEN KREATIF DAN INFLUENCER
MARKETING DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN
KE KOTA PALEMBANG**



Disusun Oleh :

MAULINDA TRI YANI

211510053

KARYA AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Strata Satu

Pada Program Studi Manajemen

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA**

2025

**PENGARUH KONTEN KREATIF DAN INFLUENCER
MARKETING DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN
KE KOTA PALEMBANG**

KARYA AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Strata Satu
Pada Program Studi Manajemen**

Disusun Oleh :

MAULINDA TRI YANI

211510053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

**PENGARUH KONTEN KREATIF DAN INFLUENCER
MARKETING DALAM MENINGKATKAN
KUNJUNGAN WISATAWAN
KE KOTA PALEMBANG**

**MAULINDA TRI YANI
211510053**

KARYA AKHIR

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Program Studi Manajemen

Menyetujui,

**Palembang, 22 September 2025
Fakultas Sosial Humaniora
Universitas Bina Darma**

Pembimbing,



Sabeli Aliya, S.E.I., M.M.

Dekan,



Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si, Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Karya Akhir Berjudul "PENGARUH KONTEN KREATIF DAN INFLUENCER MARKETING DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA PALEMBANG" Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal September 2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

KOMISI PENGUJI

1. Sabeli Aliya, S.E.I., M.M.

Ketua Penguji

(*[Signature]*)

2. Heriyanto, S.E., M.Si.

Anggota Penguji 1

(*[Signature]*)

3. Drs. Mukran Roni, M.B.A.

Anggota Penguji 2

(*[Signature]*)

Palembang, 22 September 2025
Program Studi Manajemen
Fakultas Sosial Humaniora
Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi,

Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora

Dr. Trisninawati, S.E., M.M.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Maulinda Tri Yani

Nim : 211510053

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas bina darma atau diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya akhir ini, murni gagasan, rumusan dan penulisan sayasendiri dengan arahan pembimbing.
3. Di dalam karya akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia karya akhir yang saya hasilkan ini dicek keasliannya menggunakan *plagiarisme chekher* serta diunggah ke internet sehingga dapat diakses publik secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan surat pernyataan ini saya buat agar dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Palembang, 22 September 2025

Yang membuat pernyataan;



Maulinda Tri Yani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Data Pribadi

Nama : Maulinda Tri Yani
Nim : 211510053
Tempat tanggal lahir : Palembang, 24 Mei 2002
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jln. KH Wahid Hasyim Lr. Oxsindo
RT.07 RW.02, Kec. Seberang Ulu 1,
Palembang, Sumatera Selatan.

B. Pendidikan Formal

2009-2015 : SD Negeri 70 Palembang
2015-2018 : SMP Gajah Mada 3 Palembang
2018-2021 : SMA Gajah Mada 3 Palembang

C. Pengalaman Kerja

2024-2024 : Magang di PT. Baramulti Sugih Sentosa
2024-2025 : Mengikuti KKN di Desa Seri Bandung

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap promosi pariwisata secara signifikan. Media sosial kini menjadi ruang utama dalam membentuk persepsi dan keputusan wisatawan. Di tengah persaingan antar destinasi, strategi promosi yang mengandalkan konten kreatif serta kolaborasi dengan influencer dinilai lebih mampu membangun daya tarik visual dan emosional terhadap suatu tempat wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten kreatif dan influencer marketing terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tingkat eksplanasi asosiatif kausal. Sebanyak 100 responden ditetapkan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat error 10%, diambil melalui teknik simple random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berskala Likert. Analisis data mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dengan nilai ($t = 4,147$; $p = 0,000$), begitu pula influencer marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dengan nilai ($t = 5,714$; $p = 0,000$). Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan ($F = 71,904$; $p = 0,000$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,597 menunjukkan bahwa 59,7% variasi dalam peningkatan kunjungan wisatawan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan bahwa strategi promosi digital melalui konten kreatif dan influencer marketing berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di Kota Palembang.

Kata kunci : Konten Kreatif, Influencer Marketing, Kunjungan Wisatawan.

ABSTRACT

The advancement of digital technology has significantly transformed the landscape of tourism promotion. Social media has now become a primary platform in shaping tourist perceptions and decision-making. Amid increasing competition among destinations, promotional strategies that rely on creative content and collaboration with influencers are considered more effective in building both visual and emotional appeal toward a tourism site. This study aims to analyze the influence of creative content and influencer marketing on the increase of tourist visits to Palembang City. The research employed a quantitative method with an associative-causal explanatory level. A total of 100 respondents were determined using the Slovin formula with a 10% margin of error, selected through simple random sampling. Data were collected through a Likert-scale questionnaire. The data analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results show that creative content has a positive and significant effect on increasing tourist visits ($t = 4.147$; $p = 0.000$), as does influencer marketing ($t = 5.714$; $p = 0.000$). Simultaneously, both variables have a significant effect on the increase in tourist visits ($F = 71.904$; $p = 0.000$). The coefficient of determination (R^2) of 0.597 indicates that 59.7% of the variation in the increase of tourist visits can be explained by these two variables, while the remaining 40.3% is influenced by other factors outside the model. These findings affirm that digital promotion strategies through creative content and influencer marketing significantly contribute to increasing tourist visits to Palembang City.

Keywords: *Creative Content, Influencer Marketing, Tourist Visits*

MOTTO DAN PERSEMBAHASAN

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah berkerja keras (untuk urusan yang lain)”

(Q.S. Al – Insyirah: 6-7)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanku tidak akan pernah menjadi takdir, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanku”

(Umar bin Khattab)

Karya akhir ini kupersembahkan untuk:

- ❖ Ayahanda dan Ibunda tercinta
- ❖ Kedua saudara kandung saya
- ❖ Teman seperjuangan prodi manajemen
- ❖ Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan karya akhir dengan judul “ Pengaruh Konten Kreatif dan Influencer Marketing dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang”. Dalam penyusunan ini banyak pihak yang membantu, oleh karena itu tidak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

- Prof. Dr. Edi Surya Negara, M.Kom., selaku Plt. Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
- Nuzsep Almigo, S.Psi., Ph.D selaku dekan Fakultas Social Humaniora Universitas Bina Darma Palembang.
- Dr. Trisninawati, S.E., M.M. selaku kepala Program Studi Manajemen Universitas Bina Darma Palembang.
- Sabeli Aliya, S.E.I., M.M selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam pembuatan karya akhir ini.
- Seluruh Dosen Fakultas Sosial Humaniora, serta Staff Universitas Bina Darma.
- Drs. Kgs. H. Sulaiman Amin selaku Kepala Dinas Pariwisata Kota Palembang.
- Kedua orang tua saya, Bapak M. Zen dan Ibu Nia Kurniati yang doanya selalu mengiringi setiap langkah saya, bahkan sebelum kaki ini mampu berdiri sendiri. Terima kasih atas setiap tetes keringat, pengorbanan dan setiap kerja keras yang

tak mengenal lelah demi memberikan yang terbaik untuk saya. Tanpa cinta dan perjuangan kalian, saya tidak akan sampai di titik ini. Orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi, Saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya yang selalu mengusahakan untuk anaknya menjadi sarjana, walaupun beliau tidak merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan.

- Kedua saudara kandung saya, Jodi Putra Pratama, S.Sos dan Rizka Fibri Yani, S.Sos terima kasih atas setiap dukungan, semangat, dan kasih sayang yang selalu menguatkan saya di setiap langkah. Dalam proses panjang penyusunan skripsi ini, kehadiran kalian adalah pengingat bahwa saya tidak pernah berjalan sendiri.
- Serta sahabat dan teman-teman seangkatan manajemen 2021 yang telah banyak membantu saya dalam berbagai hal selama masa perkuliahan

Perlu disadari bahwa dengan segala keterbatasan, karya akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga demikian kritikan dan masukan yang membangun semangat penulis harapkan demi sempurnanya laporan ini kedepan. Akhirnya semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Palembang, 22 September 2025

Maulinda Tri Yani

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Konten	10

2.1.1 Definisi Konten	10
2.1.2 Manfaat Konten	10
2.1.3 Jenis-jenis Konten	11
2.1.4 Indikator <i>Content Marketing</i>	12
2.2 Influencer	13
2.2.1 Definisi Influencer	13
2.2.2 Jenis-jenis Influencer	13
2.2.3 Indikator Influencer Marketing	14
2.3 Kunjungan Wisatawan	15
2.3.1 Definisi Wisatawan	15
2.3.2 Karakteristik Wisatawan	16
2.3.3 Indikator Kunjungan Wisatawan	17
2.4 Pengaruh Antar Variabel	17
2.4.1 Pengaruh Konten Kreatif Terhadap Kunjungan Wisatawan	17
2.4.2 Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Kunjungan Wisatawan	18
2.4.3 Pengaruh Konten Kreatif dan Influencer Marketing Terhadap Kunjungan Wisatawan	18
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Berpikir	24
2.7 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek Penelitian	26

3.2 Operasional Variabel	26
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.5.1 Populasi	30
3.5.2 Sampel	30
3.6 Teknik Analisis	32
3.6.1 Uji Kualitas Data	32
3.6.1.1 Uji Validitas	32
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	33
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.2.1 Uji Normalitas	34
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	34
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	35
3.6.3 Uji Koefisien Regresi Linear Berganda	35
3.6.4 Pengujian Metode Hipotesis	36
3.6.4.1 Uji Parsial (Uji t)	36
3.6.4.2 Uji Simultan (Uji F)	37
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37
3.7 Teknik Analisis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian	39

4.1.1 Sejarah Singkat Dinas Pariwisata Kota Palembang	39
4.1.2 Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kota Palembang	40
4.1.3 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Palembang	41
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	41
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	42
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.3 Tabulasi Penelitian	44
4.3.1 Tabulasi Variabel Konten Kreatif (X1)	44
4.3.2 Tabulasi Variabel Influencer Marketing (X2)	47
4.3.3 Tabulasi Variabel Kunjungan Wisatawan (Y)	50
4.4 Uji Instrumen	52
4.4.1 Uji Validitas	52
4.4.2 Uji Reliabilitas	54
4.5 Uji Asumsi Klasik	55
4.5.1 Uji Normalitas	55
4.5.2 Uji Multikolinearitas	57
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
4.7 Hasil Uji Hipotesis	61
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	61

4.7.2 Uji Simultan (Uji F)	62
4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62
4.9 Pembahasan	63
4.9.1 Pengaruh Konten Kreatif Terhadap Kunjungan Wisatawan	63
4.9.2 Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Kunjungan Wisatawan	64
4.9.3 Pengaruh Konten Kreatif dan Influencer Marketing Terhadap Kunjungan Wisatawan	64
4.9.4 Hasil Wawancara	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
1.1 Kesimpulan	71
1.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Kota Palembang dari tahun 2020-2024	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel	27
Tabel 4.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	42
Tabel 4.2 Deskripsi responden berdasarkan usia	42
Tabel 4.3 Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir	43
Tabel 4.4 Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan	44
Tabel 4.5 Tabulasi Kuesioner Konten Kreatif (X1)	45
Tabel 4.6 Tabulasi Kuesioner Influencer Marketing (X2)	48
Tabel 4.7 Tabulasi Kuesioner Kunjungan Wisatawan (Y)	50
Tabel 4.8 Hasil Uji validitas Konten Kreatif (X1)	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Influencer Marketing (X2)	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kunjungan Wisatawan (Y)	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.15 Hasil Uji t	61
Tabel 4.16 Hasil Uji F	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Palembang	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Surat Balasan dari Dinas Pariwisata Kota Palembang
Lampiran 3	Lembar Pengajuan Judul Karya Akhir
Lampiran 4	Lembar Pengajuan Penggantian Judul Karya Akhir
Lampiran 5	Lembar Konsultasi
Lampiran 6	Lembar Perbaikan Seminar Proposal
Lampiran 7	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
Lampiran 8	Surat Keterangan Pembimbing
Lampiran 9	Lembar Perbaikan Seminar Hasil
Lampiran 10	Surat Keterangan Lulus Seminar Hasil
Lampiran 11	Lembar Turnitin
Lampiran 12	Acc Artikel Jurnal
Lampiran 13	Lembar LoA Publikasi Karya Akhir
Lampiran 14	Data Tabulasi Kuesioner
Lampiran 15	Hasil Analisis Data Penelitian
Lampiran 16	Point Cek