

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG DAN MINAT PEMBELIAN
PADA KAFE RUANG TENGAH BOGOR**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Pariwisata**



Disusun oleh
SITI HANNA FARAH KHANSA
NIM : 20700067

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Konten Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Minat Pembelian Pada Kafe Ruang Tengah Bogor.
Penulis : Siti Hanna Farah Khansa
NIM : 20700067
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggung jawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Kamis, tanggal 18 Juli 2024.

Disahkan oleh :


Ketua Penguji,



Muhammad Ridwan, S.Ikom,
M.M

NIP. 198603272019031013

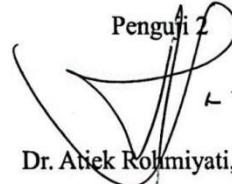
Penguji 1



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd, M.M.Par

NIP. 199104252022032012

Penguji 2



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd

NIP. 196204291985012001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata,



Anindita Budi Astuti, S.E., M.M.

NIP. 198103052008122001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Konten Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Minat Pembelian Pada Kafe Ruang Tengah Bogor.
Penulis : Siti Hanna Farah Khansa
NIM : 20700067
Program Studi : D4 Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 01 Juli 2024

Pembimbing 1



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd
NIP. 196204291985012001

Pembimbing 2



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M. Par.
NIP. 198804112020121008

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M. Par.
NIP. 198804112020121008

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Hanna Farah Khansa
NIM : 20700067
Program Studi : D4 Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2020

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Konten Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Berkunjung dan Minat Pembelian Pada Kafe Ruang Tengah Bogor beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bogor, 1 Juli 2024

Yang menyatakan,



Siti Hanna Farah Khansa
NIM. 20700067

**PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Hanna Farah Khansa
NIM : 20700067
Program Studi : D4 Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2020

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul : Pengaruh Konten Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Berkunjung dan Minat Pembelian Pada Kafe Ruang Tengah Bogor adalah **original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya

Bogor, 1 Juli 2024
Yang menyatakan,



Siti Hanna Farah Khansa
NIM. 20700067

Abstrak

TikTok, as a social media platform focused on short videos, plays a crucial role in the world of marketing. Engaging video content and rapid information dissemination through the FYP (For You Page) feature make TikTok an effective tool for reaching potential customers. The rising popularity of TikTok as a social media platform can be leveraged by many entrepreneurs, especially in the café business, to attract customers. One type of content that is highly popular among TikTok users is café recommendations, which can influence visiting decisions and purchase interest. Therefore, this study aims to investigate the impact of TikTok social media content on visiting decisions and purchase interest at Café Ruang Tengah Bogor. This research used descriptive quantitative methods with a sample of 100 respondents who had visited the Ruang Tengah Bogor Cafe. Based on the research results, it can be concluded that TikTok social media content influences the decision to visit and purchase interest at Ruang Tengah Bogor Cafe based on the t test (partial) that there is a significant influence of TikTok social media content (X) on visiting decisions (Y1), because the significance value is $0.000 < 0.05$ and the t table value is 5.029, then the null H_0 is rejected and H_1 is accepted. And TikTok Social Media Content (X) on Purchase Interest (Y2), because the significance value is $0.000 < 0.05$ and the t table value is 5.156, the null H_0 is rejected and H_2 is accepted.

Keywords: Content, TikTok, Visit

TikTok, sebagai platform media sosial yang fokus pada video pendek, memegang peranan krusial dalam dunia pemasaran. Konten video yang menarik dan penyebaran informasi yang cepat melalui fitur FYP (*For You Page*) menjadikan TikTok sebagai sarana yang efektif untuk menjangkau calon pelanggan potensial. Popularitas TikTok sebagai platform media sosial yang sedang naik daun saat ini bisa dimanfaatkan oleh banyak pengusaha, khususnya bisnis kafe, untuk menarik pelanggan. Salah satu jenis konten yang banyak diminati oleh pengguna TikTok yaitu rekomendasi kafe, yang dapat memengaruhi keputusan berkunjung dan minat pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk mencari tahu pengaruh konten media sosial TikTok terhadap keputusan berkunjung dan minat pembelian di Kafe Ruang Tengah Bogor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan sampel 100 orang responden yang sudah pernah mengunjungi Kafe Ruang Tengah Bogor. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa konten media sosial TikTok berpengaruh terhadap keputusan berkunjung dan minat pembelian ke Kafe Ruang Tengah Bogor berdasarkan uji t (parsial) adanya pengaruh signifikan dari Konten Media Sosial TikTok (X) terhadap Keputusan Berkunjung (Y1), karena nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan nilai t tabel sebesar 5.029, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dan Konten Media Sosial TikTok (X) terhadap Minat Pembelian (Y2), karena nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t tabel sebesar 5.156, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Kata Kunci: Konten, TikTok, Berkunjung

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Berkunjung dan Minat Pembelian Pada Kafe Ruang Tengah Bogor” Tujuan penulisan Proposal Skripsi sebagai syarat kewajiban bagi penulis untuk mendapat gelar D4 di program Studi Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif
Jakarta
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si selaku Wakil Direktur Politeknik
Negeri Media Kreatif Jakarta
3. Anindita Budi Astuti, S. E, M.M , selaku Ketua Jurusan Pariwisata
4. Mariah Ulfa Catur Afriasih S.Pd, MM, selaku sekretaris Jurusan Pariwisata

5. Swastono Putro Prastyo, S.Par., M.Par, selaku Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan dan Dosen Pembimbing 2
6. Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan
7. Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing 1
8. Para dosen dan Tenaga Kependidikan Jurusan Pariwisata yang telah Mengajari dan Membimbing saya dalam penulisan Skripsi
9. Seluruh Staff Jurusan Pariwisata yang telah membantu, melayani dan memberikan informasi pada penulisan Skripsi.
10. Ibu, Ayah, dan Kakak penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan berupa moril maupun materil.
11. Sahabat Terbaik Penulis, Rara, Nadira, Harya, Fika, Selvia, Rima,

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karenanya, penulis berharap akan kritik dan saran yang membangun untuk tugas akhir ini menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi khalayak umum.

Bogor, 01 April 2024



Siti Hanna Farah Khansa

NIM 20700067

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I LATAR BELAKANG.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Pengaruh Konten Media Sosial TikTok	11
1. Pengaruh Konten.....	11
2. Media Sosial Tiktok.....	14
3. Pengaruh Keputusan Berkunjung	22
4. Pengaruh Minat Pembelian.....	27
B. Hasil Penelitian Relevan.....	30
C. Kerangka Berfikir	32
D. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis Penulisan.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penulisan.....	35
C. Populasi dan Sampel.....	35
D. Definisi Operasional Variabel	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Validitas dan Reliabilitas Instrument	40
G. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian.....	47
1. Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian	47
2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3. Hasil Uji Normalitas	56
4. Hasil Uji Korelasi.....	57
5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	59

6. Hasil Uji Hipotesis	61
B. Pembahasan Hasil Penelitian	63
C. Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	68
B. Implikasi	68
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 5 Media Sosial Paling Banyak Digunakan per Januari 2024.....	2
Tabel 2. Pengguna Media Sosial di Kafe Ruang Tengah Bogor.....	4
Tabel 3. Jumlah Pengunjung Kafe Ruang Tengah Bogor.....	6
Tabel 4. Hasil Penelitian Relevan.....	30
Tabel 5. Kerangka Berfikir.....	32
Tabel 6. Jumlah Pengunjung Kafe Ruang Tengah Bogor.....	36
Tabel 7. Variabel Operasional.....	38
Tabel 8. Skala Likert.....	40
Tabel 9. Karakteristik Jenis Kelamin.....	49
Tabel 10. Karakteristik Usia.....	50
Tabel 11. Frekuensi Pengguna Media Sosial Tiktok.....	51
Tabel 12. Frekuensi Mengunjungi Kafe Ruang Tengah Bogor.....	52
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	53
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Y1.....	54
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Y2.....	54
Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	55
Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y1.....	55
Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y2.....	56
Tabel 19. Hasil Uji Normalitas X Dan Y1.....	56
Tabel 20. Hasil Uji Normalitas X Dan Y2.....	57
Tabel 21. Hasil Uji Korelasi Variabel X Dan Y1.....	58
Tabel 22. Hasil Uji Korelasi Variabel X Dan Y2.....	58
Tabel 23. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X Dan Y1.....	59
Tabel 24. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X Dan Y2.....	60
Tabel 25. Hasil Uji T Variabel X Dan Y1.....	62
Tabel 26. Hasil Uji T Variabel X Dan Y2.....	63
Tabel 27. Hasil Presentase Kuesioner Variabel X.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Ulasan Pengunjung di <i>Google Review</i>	6
Gambar 2. Kafe Ruang Tengah Bogor	31
Gambar 3. Rooftop Kafe Ruang Tengah Bogor	44
Gambar 4. Area Indoor	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Mahasiswi	72
Lampiran 2. Lembar Pembimbingan Skripsi Pembimbing 1	73
Lampiran 3. Lembar Pembimbingan Skripsi Pembimbing 2	74
Lampiran 4. Dokumentasi Seminar Uji Proposal Dan Siding Tugas Akhir	75
Lampiran 5. Pertanyaan Kuesioner	76
Lampiran 6. Data Table Jawaban Responden Variabel X	79
Lampiran 7. Variabel Y1	82
Lampiran 8. Variabel Y2	85
Lampiran 9. Surat Izin Penelitian	88
Lampiran 10. Sertifikat Bahasa	89
Lampiran 11. Sertifikat Praktik Industri	91