

**PENGARUH KONTEN MAKANAN KHAS PALEMBANG
PADA AKUN TIKTOK @palembangkulukilir TERHADAP MINAT BELI
VIEWERS**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata I Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

NAMA RAHMA RAHAYU

NPM 061940612537

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA PALEMBANG
2023**

**PENGARUH KONTEN MAKANAN KHAS PALEMBANG
PADA AKUN TIKTOK @palembangkulukilir TERHADAP MINAT BELI
VIEWERS**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata I Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

**NAMA RAHMA RAHAYU
NPM 061940612537**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

**Deslochal Djumrianti, S.E., M.I.S., Ph.D., C.CL.
NIP 196812061990032003**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

**Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata,**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB. CPMA
NIP 197602222002121001**

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003**



LEMBAR PENGESAHAN

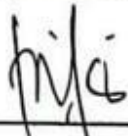


Nama : Rahma Rahayu
NPM : 061940612537
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Makanan Khas Palembang Pada Akun Tiktok @palembangkulukilir Terhadap Minat Beli Viewers

Telah dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan Dinyatakan Lulus

Pada Hari : Senin

Tanggal : 14 Agustus 2023

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Fetty Maretha, S.E., M.M		21/8/2023
2	Dr. A Jalaludin Sayuti, M.Hum., Res.M		23/08/2023
3	Dewi Fadilah, S.E., M.M		23/08/23

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahma Rahayu
NPM : 061940612537
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Makanan Khas Palembang Pada Akun @palembangkulukilir Terhadap Minat Beli Viewers.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil dari karya saya sendiri dengan seluruh ide, materi – materi dan pendapat yang saya buat ditambah dari sumber yang telah saya kutip dengan penulisan referensi yang sesuai.

Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bertanggung jawab sekaligus menerima konsekuensi berdasarkan sanksi dan aturan yang berlaku pada tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan

Palembang, Agustus 2023

Penulis,


Rahma Rahayu



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagirasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu scrupa yangkau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang- gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Candra)

“segala sesuatu yang telah dimulai, maka harus diakhiri”

(Rahma Rahayu)

Kupersembahkan Kepada :

- 1. Kepada Orang Tua**
- 2. Keluarga Besar**
- 3. Dosen dan Pembimbing**
- 4. Teman Teman Kelas 8 BPB Tercinta**
- 5. Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini dimaksudkan guna memenuhi syarat lulus Strata 1 pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.

Skripsi ini berisi tentang Pengaruh Konten Makanan Khas Palembang Pada Akun TikTok @palembangkulukilir Terhadap Minat Beli *Viewers*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan secara random sampling kepada 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah para followers dan viewers dari akun TikTok dan akun Instagram @palembangkulukilir. Penulisan bertujuan ingin mengetahui Pengaruh Konten Makanan Khas Palembang Pada Akun TikTok @palembangkulukilir Terhadap Minat Beli *Viewers*.

Pengerjaan skripsi telah melibatkan banyak pihak yang membantu, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca agar dapat menjadi pembelajaran bagi penulis di masa yang akan datang.

Palembang, Agustus 2023

Penulis,

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi sesuai dengan harapan dan tepat waktu. Adapun judul dari skripsi ini adalah Pengaruh “**Pengaruh Konten Makanan Khas Palembang Pada Akun TikTok @palembangkulukilir Terhadap Minat Beli Viewers**”.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan moril, semangat, serta pengarahan kepada penulis. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T selaku direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, SE., MAB. CPMA selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang
3. Ibu Yulia Pebrianti S.E.I., M.Si selaku ketua program studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Bapak Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Ibu Desloehal Djumrianti, S.E., M.I.S., Ph.D, C.CL. selaku Pembimbing II yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Akun @palembangkulukilir, serta seluruh rekan-rekannya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Segenap Dosen dan seluruh civitas akademika Politeknik Negeri Sriwijaya yang membantu memberikan dukungan, motivasi, dan ilmu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam membantu pengisian

kuesioner selama penelitian berlangsung.

9. Teman-teman seperjuangan di Politeknik Negeri Sriwijaya terkhusus kelas 8BPB, 8BPA, dan 8BPM yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namanya, yang telah memberi dukungan, semangat, dan keceriaan kepada penulis.
10. Keluarga tercinta, kedua orang tua Ayah Syahril dan Ibu Yenni serta Saudari penulis, Batrisya Kanezzah yang sangat penulis cintai yang selalu menghibur, memberikan d'oa, kasih sayang, dukungan, semangat dan pengorbanan baik moril maupun materi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Semua anggota “Grup”, “Bye Toxic” dan semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.
12. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Semoga amal baik semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dan menjadi amal jariah dari Allah SWT. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin Allahumma Aamiin.

Palembang, Agustus 2023

Penulis,

Rahma Rahayu

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi akun media sosial TikTok @palembangkulukilir terhadap minat beli *viewers*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian adalah kuesioner (angket), dokumentasi, dan studi pustaka. Pada variabel X menggunakan pendekatan teori 4C yaitu penggunaan media sosial TikTok, dengan dimensi *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Ditambah dengan teori minat beli yaitu minat eksploratif, minat transaksional, minat refrensial, dan minat prefrensial pada variabel Y. Populasi pada penelitian ini adalah *Viewers* akun @palembangkulukilir dengan sampel yang digunakan yaitu 100 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling*. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi akun media sosial TikTok @palembangkulukilir terhadap minat beli *viewers* berdasarkan uji F, dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($325,788 > 2,47$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian, besarnya pengaruh promosi akun media sosial TikTok @palembangkulukilir terhadap minat beli *viewers* berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yaitu sebesar 92,9%, dengan demikian model penelitian yang digunakan pada penelitian ini memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap minat beli *viewers* akun @palembangkulukilir dan sisanya 7,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Kata kunci: Promosi, Media Sosial, TikTok, @palembangkulukilir, Minat Beli.

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the influence of the promotion of the TikTok social media account @palembangkulukir has on viewers' buying interest. The method used was descriptive quantitative. Data collection techniques there were research were questionnaires (questionnaire), documentation, and literature study. There were 4C theories that used in variable x of using social media TikTok, the dimensions of context, communication, collaboration, and connection. In addition the study also use the theory of buying interest, exploratory interest, transactional interest, referential interest, and preferential interest in variable Y. The population in this study were viewers of account @palembangkulukilir. The sample of current study were 100 respondents, with a probability sampling method. The results showed that there was an effect of the promotion of the social media account TikTok @palembangkulukilir on viewers' buying interest based on the F test, where $f_{count} > f_{table}$ ($325.788 > 2.47$), so, H_0 was rejected and H_a was accepted. Then, the magnitude of the influence of the promotion of the social media account TikTok @palembangkulukilir on the buying interest of viewers based on the results of the determination coefficient test is 92.9%, thus the research model used in this study had a very strong influence on the buying interest of viewers of the @palembangkulukilir account and the rest 7.1%% was influenced by other factors not discussed in this current study.

Keywords: Promotion, Social Media, TikTok, @palembangkulukilir, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Makanan Khas.....	9
2.2 Promosi.....	10
2.3 Bauran Promosi.....	11
2.3 Media Baru (New Media).....	12
2.4 Media Sosial.....	13
2.5 TikTok.....	14
2.6 Konten.....	15
2.7 Minat Beli.....	16
2.8 Kerangka Berfikir.....	17
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	18

3.1	Metodelogi Penelitian.....	18
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	18
3.3	Jenis dan Sumber Data	18
3.4	Populasi dan Sampel.....	19
3.5	Teknik Pengumpulan Data	21
3.6	Skala Pengukuran	22
3.7	Instrumen Penelitian.....	22
3.8	Teknik Analisis Data	25
3.9	Uji Instrumen.....	25
3.9.1	Uji Validitas	25
3.9.2	Uji Reliabilitas	25
3.10	Uji Hipotesis.....	26
3.10.1	Uji Signifikansi Individual (Uji t).....	26
3.10.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	26
3.10.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	27
3.11	Analisis Regresi Linier Berganda.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.2	Deskripsi Karakteristik Setiap Responden	32
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
4.3	Analisis Deskriptif Variabel X dan Y.....	34
4.3.1	Variabel Media Promosi Sosial Media <i>Context</i> (X_1).....	34
4.3.2	Variabel Promosi Media Sosial <i>Communication</i> (X_2).....	36
4.3.3	Variabel Promosi Media Sosial <i>Collaboration</i> (X_3).....	37
4.3.4	Variabel Promosi Media Sosial <i>Connection</i> (X_4)	39
4.3.5	Variabel Minat Beli <i>Viewers</i>	40
4.4	Pengujian Instrumen.....	45
4.4.1	Uji Validitas	45
4.4.2	Uji Reliabilitas	47

4.5	Uji Asumsi Klasik	48
4.5.1	Uji Normalitas	48
4.5.2	Uji multikolinearitas.....	49
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	50
4.6	Pengujian Hipotesis	50
4.6.1	Uji t (Uji Parsial).....	50
4.6.2	Uji f (Uji Simultan)	53
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.7	Analisis Regresi Linear Berganda	56
4.8	Pembahasan	58
4.8.1	Pengaruh <i>Context</i> Terhadap Minat Beli <i>Viewers</i>	58
4.8.2	Pengaruh <i>Communication</i> Terhadap Minat Beli <i>Viewers</i>	59
4.8.3	Pengaruh <i>Collaboration</i> Terhadap Minat Beli <i>Viewers</i>	59
4.8.4	Pengaruh <i>Connection</i> Terhadap Minat Beli <i>Viewers</i>	60
4.8.5	Pengaruh <i>Context, Communication, Collaboration, dan Connection</i> Terhadap Minat Beli <i>Viewers</i>	60
BAB V PENUTUP.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65
DAFTAR LAMPIRAN.....		67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Data Internet di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1.2 Pengguna TikTok Terbesar Kedua di Dunia	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 4.1 Foto Profil Akun @palembangkulukilir.....	30
Gambar 4.3 Makanan Palembang akun TikTok @palembangkulukilir.....	31
Gambar 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skala Likert.....	22
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	22
Tabel 3.3 Skala Likert.....	25
Tabel 3.4 Instrumen Penelitian.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 Frekuensi Dimensi <i>Context</i> (X ₁)	34
Tabel 4.5 Frekuensi Dimensi <i>Communication</i> (X ₂)	36
Tabel 4.6 Frekuensi Dimensi <i>Collaboration</i> (X ₃)	36
Tabel 4.7 Frekuensi Dimensi <i>Connection</i> (X ₄).....	37
Tabel 4.12 Frekuensi Variabel Minat Beli <i>Viewers</i> (Y)	40
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.15 Hasil Uji Realibilitas	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	50
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	53
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	55
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (Uji t)	55

