

SKRIPSI

PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL ARYADUTA PALEMBANG MELALUI BRAND ENGAGEMENT



**Untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan Program Studi
D-IV Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Jimmy Surya Putra NIM
062240612785**

Dosen Pembimbing:

**Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par.
NIP 199206082019032025**

**Wirda Ningsih, S.Pd., M.A. NIP
198812012022032001**

**D-IV USAHA PERJALANAN WISATA
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi:

**PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
DI HOTEL ARYADUTA PALEMBANG MELALUI BRAND
ENGAGEMENT** disusun oleh **Jimmy Surya Putra (NIM 062240612785)** telah
disetujui oleh pembimbing untuk dipertanggungjawabkan dalam Sidang Skripsi.

Pembimbing 1



Alditia Detmuliaji, S.S.K., M.M.Par.
NIP 199206082019032025

Pembimbing 2

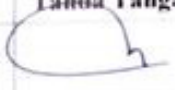


Wirda Ningsih, S.Pd., M.A.
NIP 198812012022032001

HALAMAN PENGESAHAN

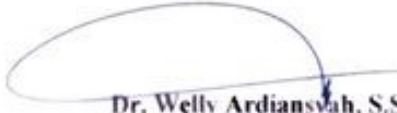
Judul Skripsi:

**PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
DI HOTEL ARYADUTA PALEMBANG MELALUI BRAND
ENGAGEMENT** disusun oleh **Jimmy Surya Putra (NIM 062240612785)** telah
dipertanggungjawabkan dalam Seminar Skripsi di hadapan dosen penguji pada

	Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd. NIP 197408172006041001	
Anggota Penguji 1	Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si. NIP 197301312001121002	
Anggota Penguji 2	Ummasyroh, S.E., M.Ed.M. NIP 196106051989032002	
Anggota Penguji 3	Rahmadila Eka Putri, S.Pd., Gr., M.App.Ling. NIP 199208172023212088	

Disetujui oleh:

Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata
Politeknik Negeri Sriwijaya


Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd.
NIP 197408172006041001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jimmy Surya Putra

NIM : 062240612785

Tahun Masuk : 2022

Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata

Menyatakan bahwa dokumen Proposal Skripsi ini tidak mengandung bagian apa pun dari karya ilmiah lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Perguruan Tinggi mana pun. Selain itu, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan oleh pihak lain/instansi, kecuali yang telah dikutip secara benar dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Saya dengan ini menyatakan bahwa dokumen Proposal Skripsi ini bebas dari segala unsur plagiarisme. Apabila di kemudian hari Proposal Skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat pihak lain sebagai milik saya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 18 Juni 2026



Jimmy Surya Putra
NIM 062240612785

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya."

(Q.S. An-Najm: 39)

"It ain't about how hard you hit. It's about how hard you can get hit and keep moving forward."

(Rocky Balboa, 2006)

Karya ini Penulis Persembahkan Kepada:

1. Kedua orang tua tercinta atas doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
3. Sahabat serta teman-teman seperjuangan yang telah berbagi pengalaman dan semangat selama masa perkuliahan.
4. Dosen pembimbing dan seluruh dosen Politeknik Negeri Sriwijaya atas ilmu dan bimbingan yang diberikan.
5. Almamater tercinta, Politeknik Negeri Sriwijaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas segala rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Saw beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya beserta jajaran.
2. Bapak Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Alditia Detmuliati, S.ST., M.Par., selaku Ketua Program Studi D-IV Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Wirda Ningsih, S.Pd., M.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis.
5. Seluruh dosen dan staf Jurusan Bahasa dan Pariwisata, khususnya Program Studi D-IV Usaha Perjalanan Wisata, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bantuan selama masa perkuliahan.
6. Pimpinan dan seluruh pihak Hotel Aryaduta Palembang yang telah memberikan izin, informasi, serta membantu penulis selama pelaksanaan penelitian.
7. Kedua orang tua tercinta serta keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Palembang, 2026

Jimmy Surya Putra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Konten TikTok terhadap Keputusan Menginap di Hotel Aryaduta Palembang melalui *Brand Engagement*"** dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D-IV Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Bahasa dan Pariwisata, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penyelesaiannya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing, kedua orang tua dan keluarga, pihak Hotel Aryaduta Palembang, serta sahabat dan teman-teman yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang pemasaran digital, brand engagement, dan keputusan menginap.

Palembang, 2026

Jimmy Surya Putra

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah strategi pemasaran digital dalam industri perhotelan. Hotel Aryaduta Palembang memanfaatkan TikTok sebagai media promosi untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan mendorong keputusan menginap. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Konten TikTok terhadap *Brand Engagement*, pengaruh Konten TikTok dan *Brand Engagement* terhadap Keputusan Menginap, serta peran *Brand Engagement* dalam memediasi pengaruh Konten TikTok terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Aryaduta Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 130 responden yang pernah melihat konten TikTok Hotel Aryaduta Palembang, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konten TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Engagement* ($\beta = 0,870$; sig. = 0,001). Selain itu, Konten TikTok ($\beta = 0,615$; sig. = 0,001) dan *Brand Engagement* ($\beta = 0,277$; sig. = 0,003) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap. Hasil uji Sobel sebesar 3,043 ($>1,96$) menunjukkan bahwa *Brand Engagement* mampu memediasi secara signifikan pengaruh Konten TikTok terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Aryaduta Palembang.

Kata Kunci: Konten TikTok, Brand Engagement, Keputusan Menginap, Hotel Aryaduta Palembang.

ABSTRAC

The rapid growth of social media, particularly TikTok, has transformed digital marketing strategies in the hospitality industry. Hotel Aryaduta Palembang utilizes TikTok as a promotional platform to enhance consumer engagement and encourage stay decisions. This study aims to analyze the effect of TikTok Content on Brand Engagement, the effect of TikTok Content and Brand Engagement on Stay Decision, and the mediating role of Brand Engagement in the relationship between TikTok Content and Stay Decision at Hotel Aryaduta Palembang. This research employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 130 respondents who had viewed TikTok content from Hotel Aryaduta Palembang and were selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results indicate that TikTok Content has a positive and significant effect on Brand Engagement ($\beta = 0.870$; sig. = 0.001). Furthermore, TikTok Content ($\beta = 0.615$; sig. = 0.001) and Brand Engagement ($\beta = 0.277$; sig. = 0.003) have positive and significant effects on Stay Decision. The Sobel test result of 3.043 (>1.96) confirms that Brand Engagement significantly mediates the effect of TikTok Content on Stay Decision at Hotel Aryaduta Palembang.

Keywords: *TikTok Content, Brand Engagement, Stay Decision, Hotel Aryaduta Palembang.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	i
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teori.....	12
2.2.1 Content Marketing.....	12
2.2.2 Konten TikTok	13
2.2.3 Elemen TikTok.....	14
2.2.4 Fungsi TikTok dalam Pemasaran.....	16
2.2.5 Perilaku Konsumen	18
2.2.6 Stimulus–Organism–Response (S-O-R).....	19
2.2.7 Platform Media Sosial dalam Pemasaran Digital.....	20
2.2.8 Brand Engagement	22
2.2.9 Keputusan Pembelian Jasa (Keputusan Menginap).....	23
2.2.11 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Objek, Lokasi dan Periode Penelitian	27
3.2 Pendekatan Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Jenis dan Sumber Data	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Definisi Operasional Variabel	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Profil Singkat Perusahaan	44
4.2 Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	47
4.1.3 Pengujian Instrumen.....	55
4.2 Pembahasan	66
4.2.1 Pengaruh Konten TikTok terhadap <i>Brand Engagement</i>	66
4.2.2 Pengaruh Konten TikTok Terhadap Keputusan Menginap.....	67

4.2.3 Pengaruh Brand Engagement terhadap Keputusan Menginap	69
4.2.4 Peran <i>Brand Engagement</i> dalam Memediasi Pengaruh Konten TikTok terhadap Keputusan Menginap	71
BAB V PENUTUP	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	72
5.2.1 Saran untuk Hotel Aryaduta Palembang	72
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional	35
Tabel 4.1 Pertanyaan Screening.	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.5 Intensitas Penggunaan TikTok.	53
Tabel 4.6 Frekuensi Konten TikTok.....	54
Tabel 4.7 Interpretasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Konten TikTok.	55
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Brand Engagement.....	57
Tabel 4.9 Interpretasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Brand Engagement	59
Tabel 4.10 Frekuensi Variabel Keputusan Menginap.	61
Tabel 4.11 Interpretasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Menginap.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.14 Hasil Output Regresi Model 1.....	67
Tabel 4.15 Hasil Output Regresi Model 2.....	68
Tabel 4.16 Hasil Output Regresi Model 3.....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji t Parsial.....	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan.	71
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 TikTok ARYADUTA Palembang	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1 logo Hotel Aryaduta Palembang.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 9 Rekapitulasi Data Kuesioner
- Lampiran 10 Profil Responden
- Lampiran 11 Hasil Olah Data Kuesioner SPSS
- Lampiran 12 Lembar Revisi Penguji I
- Lampiran 13 Lembar Revisi Penguji II
- Lampiran 14 Lembar Revisi Penguji III
- Lampiran 15 Lembar Revisi Penguji IV
- Lampiran 16 Lembar Pelaksanaan Revisi Skripsi