

TESIS

**PENGARUH KONTEN TIKTOK TERHADAP NIAT BERKUNJUNG
WISATAWAN KE DESTINASI YOGYAKARTA**



Diajukan oleh:

Husna Tiara Dayu Sari

NPM: 225027233

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERSETUJUAN TESIS

Nama : Husna Tiara Dayu Sari

Nomor Mahasiswa : 225027233

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Tesis : Pengaruh Konten Tiktok Terhadap Niat Berkunjung
Wisatawan ke Yogyakarta

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

29/07-2024



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PENGESAHAN TESIS

Nama : Husna Tiara Dayu Sari
Nomor Mahasiswa : 225027233
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Konten Tiktok terhadap Niat Berkunjung
Wisatawan ke Destinasi Yogyakarta

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.	28/8 - 2024	
Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.	29/8/2024	
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.	30/8/2024	

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Elisabet Dita Septiari,
SE., M.Sc., Ph.D.

Dekan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika



Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti,
SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

“ Pengaruh Konten Tiktok terhadap Niat Berkunjung Wisatawan ke
Destinasi Yogyakarta”

Merupakan hasil karya intelektual saya sendiri. Seluruh data, informasi, dan ide yang terdapat dalam tesis ini diperoleh melalui penelitian yang saya lakukan secara mandiri, kecuali bagian-bagian yang secara jelas disebutkan sebagai kutipan atau rujukan dari karya orang lain. Semua sumber yang digunakan telah dicantumkan secara lengkap dalam daftar pustaka. Saya memahami bahwa plagiarisme merupakan tindakan yang tidak terpuji dan melanggar etika akademik. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiarisme dalam tesis ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 28 Agustus 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Husna Tiara Dayu Sari', with a stylized, cursive script.

Husna Tiara Dayu Sari

INTISARI

Dalam lanskap digital saat ini, platform media sosial seperti TikTok semakin mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. Penelitian ini mengeksplorasi dampak TikTok terhadap niat berkunjung ke Yogyakarta, dengan fokus pada generasi milenial dan Z, untuk memahami bagaimana persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan hiburan dari konten TikTok memengaruhi sikap pengguna dan niat kunjungan mereka, serta dampaknya terhadap minat mereka untuk mengunjungi Yogyakarta. Berbeda dari studi sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Wang et al., yang berfokus pada Universal Studios Beijing dengan responden dari Cina, penelitian ini menitikberatkan pada Yogyakarta dan melibatkan responden Indonesia. Penelitian ini juga membatasi responden pada generasi milenial dan Z, berbeda dari studi Wang et al. yang tidak membatasi usia responden. Menggunakan survei kuantitatif dengan purposive sampling, data dikumpulkan dari 159 pengguna aktif TikTok melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif serta PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok yang informatif, menghibur, dan mudah diakses memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat berkunjung ke Yogyakarta, terutama melalui persepsi kegunaan, hiburan, dan kemudahan penggunaan. Temuan ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap TikTok berkontribusi besar pada niat wisatawan untuk mengunjungi Yogyakarta. Implikasi praktis mencakup pembuatan konten berkualitas tinggi, kolaborasi dengan influencer, dan penggunaan fitur iklan TikTok untuk meningkatkan minat berkunjung.

Kata Kunci: TikTok, Generasi Milenial & Z, Yogyakarta, Niat Berkunjung

ABSTRACT

In the current digital landscape, social media platforms like TikTok are increasingly shaping travelers' decisions regarding destination selection. This study explores the impact of TikTok on the intention to visit Yogyakarta, focusing on millennials and Gen Z, to understand how perceptions of usefulness, ease of use, and entertainment of TikTok content affect users' attitudes and visit intentions, and its impact on their interest in visiting Yogyakarta. Unlike previous studies such as those by Wang et al., which focused on Universal Studios Beijing with respondents from China, this research emphasizes Yogyakarta and involves Indonesian respondents. Additionally, this study targets millennials and Gen Z, unlike Wang et al.'s research which did not limit respondent age. Using a quantitative survey with purposive sampling, data were collected from 159 active TikTok users via an online questionnaire and analyzed using descriptive statistics and PLS-SEM. The results indicate that informative, entertaining, and easily accessible TikTok content has a significant positive impact on the intention to visit Yogyakarta, particularly through perceptions of usefulness, entertainment, and ease of use. These findings demonstrate that a positive attitude towards TikTok greatly contributes to travelers' intention to visit Yogyakarta. Practical implications include creating high-quality content, collaborating with influencers, and utilizing TikTok's advertising features to boost visit intentions.

Keywords: TikTok, Millennials & Gen Z, Yogyakarta, Visiting Intention

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iii
PERNYATAAN.....	iv
INTISARI	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Batasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pariwisata di Yogyakarta	9
2.2 Variabel yang Diteliti	14
2.2.1 <i>Visiting Intention</i>	14
2.2.2 <i>Attitude Toward Short Video Platforms</i>	15
2.1.3 <i>Perceived Playfulness</i>	16
2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	17
2.1.5 <i>Perceived Usefulness</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Hipotesis	30
2.3.1 <i>Perceived Usefulness & Attitude toward SVPs</i>	30
2.3.2 <i>Perceived Ease of Use & Attitude toward SVPs</i>	31
2.3.3 <i>Perceived Playfulness & Attitude toward SVPs</i>	31
2.3.4 <i>Attitude toward SVPs & Visiting Intention</i>	32

2.4	Gambar Model Peneltian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
3.1	Desain Penelitian	35
3.2	Metode Pengumpulan Data	35
3.3	Metode Analisis Data.....	36
3.5	Definisi Operasional	37
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian.....	39
3.5.1	Uji Reliabilitas	39
3.5.2	Uji Validitas	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Pendahuluan	41
4.2	Profil Responden	41
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	42
4.3.1	Statistik Deskriptif	42
4.3.2	Validitas	46
4.3.3	Reliabilitas	48
4.4	Analisis Hasil.....	49
4.4.1	Model Struktural.....	49
4.5	Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN		62
4.1	Kesimpulan	62
4.1.1	Kesimpulan Profil Responden.....	62
4.1.2	Kesimpulan Uji Hipotesis	62
4.2	Implikasi Bisnis/Manajerial.....	63
4.3	Keterbatasan Penelitian	66
4.4	Saran Penelitian.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.1. Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.5.1. Definisi Operasional.....	37
Tabel 3.5.2.1. Syarat Uji Validitas dan Reliabilitas	40
Tabel 4.3.1.1. Kategori Indikator	43
Tabel 4.3.1.2. Statistik Item Pengukuran.....	43
Tabel 4.3.2.2. <i>Cross Loading</i>	48
Tabel 4.3.3.1. <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	49
Tabel 4.4.1.1. <i>R Square dan R Square Adjusted</i>	50
Tabel 4.4.1.2. <i>Predictive Relevance (Q²)</i>.....	51
Tabel 4.4.1.3. Hasil Pengujian Hipotesis	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1. Perkembangan Pariwisata D.I Yogyakarta	2
Gambar 1.1.2. 10 Negara dengan Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia	5
Gambar 2.1.1. Pantai Parang Endog.....	9
Gambar 2.1.2. Surfing di Pantai Wediombo	10
Gambar 2.1.3. Kebun Teh Nglinggo.....	11
Gambar 2.1.4. Museum Ullen Sentalu	12
Gambar 2.1.5. Makam Raja-raja Kotagede	13
Gambar 2.4.1. Model Riset.....	33
Gambar 2.4.2. Model Riset.....	33
Gambar 2.2.1. Pengguna TikTok.....	37
Gambar 4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4.4.1.1. Model Struktural	50