

Lampiran

Tabel Transkrip Responden 1

Pertanyaan	Jawaban
Mungkin kamu bisa sedikit perkenalan, kamu siapa, terus kesibukan saat ini lagi ngapain?	Perkenalkan namaku Agnes. Aku sekarang masih mahasiswa. Saat ini lagi membantu usaha keluarga dan lagi di rumah (mudik).
Seberapa sering kamu menggunakan TikTok dan berapa lama durasinya dalam sehari?	Sebenarnya aku hampir tiap hari pasti pakai TikTok untuk hiburan, sekitar 1 sampai 2 jam.
Selama mengeksplorasi TikTok, pernahkah kamu melihat konten F&B yang muncul?	Pernah sih, apalagi kalau ada yang lagi ngetren atau viral, jadi ya pasti lewat. Lumayan sering.
Dari konten-konten yang muncul itu, apakah kamu pernah membeli produknya?	Pernah, pasti pernah.
Bisa sebutkan salah satu produk yang pernah kamu beli atau coba?	Aku pernah beli dua yang paling aku suka. Pertama itu It's Sambal, jadi kayak ayam sambal kemasan yang bisa langsung dimakan sama nasi. Terus yang kedua itu Pangsit Ginju.
Apa yang membuatmu tertarik untuk membeli produk tersebut? Apakah karena sedang tren atau karena kontennya?	Sebenarnya karena tren iya, jadi lewat di FYP. Tapi aku biasanya lebih tertarik karena kontennya itu menampilkan makanannya dengan menarik. Aku lebih ke situ, sih, lebih ke review terkait makanannya. Jarang karena artisnya.
Pernahkah kamu datang langsung ke tempat F&B setelah melihat kontennya di TikTok?	Sejauh ini enggak sih, aku lebih ke pembelian online, produk-produk yang bisa dikirim.
Pernahkah kamu langsung membeli produk sesaat setelah melihat kontennya karena ter-trigger?	Iya, pernah. Itu rawan sih, apalagi subuh, itu bahaya. Contohnya Pangsit Ginju itu. Iklan videonya lewat pas lagi masak pangsit kuah, posisinya lagi hujan, subuh, jadi rawan. Apalagi menampilkan harganya lagi diskon, jadi makin niat beli.
Apa yang membuat konten di FYP bisa langsung membuatmu ingin membeli?	Aku lebih ke produknya sih. Konten yang lebih menonjol produknya itu yang paling bikin aku niat pengen beli. Lebih ke review produknya, detail produknya.
Menurutmu, konten F&B seperti apa yang menarik dan bisa membuatmu ingin membeli atau mencoba?	Menurutku, karena aku tipe yang punya trust issue, aku lebih fokus ke apakah produknya sesuai atau tidak. Jadi aku lebih memperhatikan cara penyajiannya dan review yang jujur, jadi tidak hanya dari penjualnya tapi juga dari orang lain yang mereview.

Sebaliknya, pernahkah ada konten yang membuatmu yang awalnya tertarik malah jadi tidak mau mencoba?	Ada.
Kenapa konten tersebut malah membuatmu tidak tertarik?	Karena kontennya dari penjualnya itu-itu saja. Dia tidak menyorot produknya, tapi lebih sering membuat konten mengenai proses produksinya. Jadinya aku punya trust issue, kayaknya enggak benar deh, dan akhirnya produknya cuma nyangkut di keranjang belanja saja.

Tabel Transkrip Responden 2

Pertanyaan	Jawaban
Mungkin kamu bisa sedikit perkenalan dengan namamu dan kesibukan kamu saat ini?	Halo, kenalin aku Bri. Kesibukanku saat ini adalah sedang magang di suatu perusahaan di Jogja.
Seberapa sering kamu menggunakan aplikasi TikTok?	Sebenarnya karena magangku berkaitan dengan sosial media, jadi ada waktu harus pakai TikTok untuk keperluan perusahaan. Tapi di luar itu, paling setiap istirahat dan setelah selesai magang. Jadi mungkin kalau dirata-rata sekitar 2 sampai 3 jam per hari.
Apakah konten F&B (Food and Beverage) pernah muncul di FYP (For You Page) TikTok kamu?	Pernah. Mungkin karena punya teman-teman yang tertarik dengan kuliner dan suka berbagi video, jadi aku yang awalnya tidak begitu suka kuliner pun jadi muncul di FYP. Karena pernah terpapar dan berinteraksi dengan kontennya seperti ikut menyimpan (save) atau menyukai (like), akhirnya jadi penasaran juga.
Apakah kamu pernah membeli produk yang muncul di FYP TikTok dan bagaimana metode pembelianmu? (Datang langsung atau beli online?)	Pernah dong. Lebih sering langsung ke tempatnya, karena biasanya penasaran bareng teman, jadi sekalian main dan mencoba langsung. Kalaupun ternyata tidak enak, tidak masalah, yang penting sudah pernah mencoba.
Apakah kamu pernah membeli suatu produk karena sedang tren atau karena kontennya yang menarik?	Pernah, tentu saja. Contohnya pernah coba bingsu yang sedang tren sampai pergi dari Jogja ke Solo. Pernah juga tertarik karena konten dan produknya unik, contohnya Roti Ombob. Pembawaan kontennya natural seperti teman yang mengajak, produknya unik (seperti minuman 1 liter atau tempe mendoan jadi sushi), dan harganya juga murah.

Menurutmu, konten seperti apa yang menarik dan bisa membuatmu ingin membeli produk tersebut?	Konten yang menarik itu yang pembawaannya asik dan natural, seperti sedang nge-vlog. Selain itu, kontennya harus informatif, visualnya jelas, dan yang paling penting mencantumkan harga. Kalau informasinya lengkap dan transparan (ada lokasi, harga, dll), kredibilitasnya jadi ada dan aku jadi lebih percaya dan tertarik untuk membeli.
Sebaliknya, adakah jenis konten yang justru membuatmu kehilangan minat untuk membeli suatu produk?	Keinginan membeli biasanya hilang kalau aku melihat ulasan (review) yang kurang bagus di kolom komentar atau di Google Maps. Kalau dari kontennya sendiri, jarang, tapi aku cenderung kurang tertarik dengan konten yang terlalu hard-selling, misalnya yang isinya hanya poster atau gambar produk dengan lagu tanpa ada ulasan natural. Aku lebih suka konten yang terasa organik.

Tabel Transkrip Responden 3

Pertanyaan	Jawaban
Oke, selamat malam.	Malam.
mungkin boleh sedikit perkenalan dulu?	sebelumnya perkenalkan nama saya Candra Wijaya Kusuma.
Oke, singkat banget, nih. mungkin kesibukan saat ini lagi ngapain atau lagi sedang mengerjakan apa?	Oh, mungkin kalau ditanya kesibukan sekarang saat ini mungkin hanya pembekalan diri dan belajar aja sih sejauh ini.
Oke, berarti lagi ini ajalah ya, lagi, lagi santai.	Ya, bisa dibilang lagi senggang.
Santai, santai tegang. Oke. Mungkin aku bakal sedikit menjelaskan terkait dengan apa yang aku jalankan pada penelitian ini, yaitu melihat apakah fitur dari FYP TikTok ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk. Oke, mungkin pertama-tama aku ingin mengetahui seberapa sering sih kamu tuh menggunakan TikTok?	Karena kebetulan saya ini tidak terlalu sering ini ya apa? membuka aplikasi lama-lama. Kalau ditanya seberapa sering menggunakan aplikasi ini sih hanya kurang dari 1 jam sih.
Selama kamu menggunakan kurang dari 1 jam itu tuh, pernah enggak sih kamu tuh ngelihat kayak konten-konten terkait dengan makanan, minuman, atau suatu tempat orang menjual makanan atau minuman atau yang biasa disebut dengan FNB (Food and Beverage)?	Mungkin kalau dibilang ditanya seberapa sering, mungkin lumayan sering ya. Karena kebetulan saya juga memakai aplikasi ini hanya untuk mencari-cari konten yang, yang bisa dibilang apa ya? Agak ini juga sih, apa? Yang dicari juga sama saya yang setidaknya mencari sebuah konten yang apa ya? Memuaskan gitulah. Jadi saya juga lumayan sering juga muncul konten beberapa konten FNB tersebut.
Kamu pernah enggak sih membeli langsung produk FNB yang muncul pada FYP TikTok kamu itu?	Kalau ditanya pernah membeli sih, pernah pastinya. Dan kebetulan itu juga pertama kali sampai saat ini, sampai sekarang juga belum pernah beli-beli lagi suatu barang.
Biasanya itu kamu kalau beli produk FNB itu karena emang kamu tertarik ee pada	Kalau ditanya ketertarikan saya itu membeli suatu barangnya mungkin karena tertarik,

produknya atau mungkin pada suatu tren yang emang lagi viral atau emang tertarik mungkin karena kontennya yang menarik yang membuat kamu tuh ingin buat mencoba produk itu?	tertariknya mungkin karena produk itu kebetulan cukup relevan dengan saya. Mungkin jadi kontennya ya, apa ya? Sebuah produknya mungkin ya saya tertarik karena produknya tersebut. Bukan hanya kontennya juga, yang mungkin banyak beberapa konten FNB yang mungkin juga produknya ya belum tentu apa ya? Ee suatu barang yang saya inginkan juga. Jadi kemarin saya membeli produknya karena memang kebetulan barang tersebut dibutuhkan juga sama saya.
Berarti lebih ke produknya, ya? Sesuai dengan kebutuhan pada saat itulah ya. Bukan misalkan kayak ee lagi ada tren apa, misalkan kalau yang akhir-akhir ini lumayan trending itu kan ee donat. Itu kan lumayan naik juga atau hype, ya mungkin ee enggak mengarah ke situ ya? Enggak sebutannya tuh tidak, tidak fomo.	Enggak, kebetulan, heeh, betul, betul.
Apakah konten yang muncul pada FYP TikTok kamu itu dapat langsung ee kayak membuat kamu tuh ingin untuk membeli produk FNB itu secara langsung? Atau kamu ee cuman kayak tadi yang kamu bilang nih kayak "oh aku mau nyimpan dulu produk atau kontennya ini, nanti baru akan beli." Ee lebih ke apakah muncul ketertarikan gitu?	Kalau disesuaikan sama pertanyaan sih sama juga ya sama jawaban saya yang sebelumnya. Mungkin enggak apa, enggak langsung yang langsung membeli karena kemungkinan enggak, enggak pada, apa ya maksudnya? Mungkin enggak hanya kemarin aja ya. Mungkin, mungkin kalau ke depannya juga saya ingin membeli suatu barang, ke depannya juga enggak yang langsung beli, mungkin kalau saya pribadi. Kemungkinan besar saya akan menyimpan suatu, bahasanya ya kalau misalnya ada pada kontennya mungkin saya akan menyimpan konten tersebut atau suatu barang tersebut. Jadi pada ke mendatang jika sekiranya membutuhkan, mungkin saya membeli pada masa, maksudnya pada waktu tertentu.
Ada enggak sih konten FNB yang seperti apa gitu yang mungkin menarik untuk kamu tuh bisa sampai ingin membeli atau bahkan kayak punya perasaan untuk, "oh aku mau nyoba nih buat beli konten, eh sori, untuk membeli produk FNB itu."	Kalau aku, kalau saya pribadi sih, kemarin kebetulan sesuai dengan kebutuhan lifestyle atau kebutuhan ini sih, apa? Pribadi. Karena kebetulan kemarin saya juga lagi dalam keadaan apa ya? Ya hidup sehat gitu ya. Jadi kemarin membeli suatu barangnya itu kebetulan minuman yang sehat ya. Jadi ya sebuah minuman yang berenergi tapi yang tidak apa ya? Yang umumnya kan minuman energi kebanyakan ya lumayan ini ya, apa? Kandungan yang kurang sehat lah bahasanya.

	Jadi kemarin saya membeli minuman yang berenergi tapi itu yang bahannya itu ada bahan herbalnya. Jadi saya kemarin tertarik gitu. Jadi kebetulan barang kemarin saya beli kurang lebih seperti itu.
Dari konten-konten yang muncul di FYP kamu tuh, ada enggak sih konten yang kayak ngebuat malah kamu, ngebuat bikin kamu tuh malah enggak tertarik nih jadi untuk membeli produk FNB yang sebelumnya mungkin kamu tertarik? Anggaplah kayak tadi kamu beli minuman energi, terus tiba-tiba muncul sebuah konten yang buat kamu jadi kayak mikir lagi gitu untuk membeli produk itu.	Hmm, aduh. Kalau itu sih menurut saya sejauh ini enggak ada sih. Karena dengan banyaknya konten yang saya lihat itu, jadi juga menjadi bahan referensi juga sih bagi saya. Maksudnya jadi banyak konten pilihan gitu. Jadi hal tersebut menjadi hal yang membantu juga buat saya dalam mencari atau mengetahui suatu pilihan barang yang memang ingin saya butuhkan gitu. Kurang lebih sih gitu.
Oke deh. Mungkin terima kasih atas waktunya yang telah kamu sediakan untuk melakukan wawancara ini. Oke, terima kasih, selamat malam.	Terima kasih, selamat malam.

Tabel Transkrip Responden 4

Pertanyaan	Jawaban
Bisa sedikit perkenalkan dirimu dan mungkin kesibukan saat ini lagi ngapain?	Oke, kalau nama saya itu Dylan Saputra Wibowo, bisa dipanggil Dylan. Kesibukan saya sekarang masih, ya mahasiswa semester 8 tapi udah selesai skripsi ya.
Seberapa sering sih kamu tuh menggunakan TikTok untuk daily?	Sering itu juga enggak bisa dibilang sering banget ya, cuman tapi ya terkadang sehari ya paling penggunaannya kurang lebih ya 30 sampai 1 jam doang sih cuman buat ngelihat-lihat scroll-scroll.
Selama kamu melakukan scrolling, apakah pernah menemukan sebuah konten terkait dengan F&B, terkait dengan makanan, atau bahkan rekomendasi tempat?	Eh, kalau misalnya jualan produk gitu ya, itu enggak pernah. Cuman kalau rekomendasi tempat, apalagi kayak rekomendasi kayak ya hidden gem-hidden gem kayak gitu, itu sering. Bisa dibilang review kayak gitu.
Kamu pernah enggak beli produk itu secara langsung (dari aplikasi TikTok)?	Kalau secara langsung enggak pernah. Lebih ke arah datang sih.
Berarti kamu pernah datang dan membeli produk F&B itu karena (melihat konten) dari TikTok?	Iya, gara-gara lihat di TikTok, tahu tempatnya, langsung coba. Betul.

Setidaknya kamu pernah dong sekali beli produk itu (setelah melihat konten di TikTok)?	Pernah, lumayan sering malahan. Kalau lihat, pokoknya kalau lihat TikTok ada yang bagus makanannya, terus kayaknya enak, kasih ke grup keluarga, terus nanti langsung cus kayak gitu.
Tapi apakah ketika selesai lihat video itu langsung (beli) atau di-keep dulu?	Eh lebih ke arah di-keep dulu sih. Jadi enggak benar-benar langsung hari itu ketemu, hari itu langsung cus gitu, enggak. Di-keep dulu, disimpan dulu, ntar kalau mau coba makan apa baru dicek.
Apakah dari konten-konten F&B yang muncul di TikTok itu bisa buat kamu tertarik atau ada keinginan untuk beli produk itu?	Ada sih, tapi ya gara-gara konten itulah pengen nyoba dan tahu tentang ada toh makanan kayak gini, F&B kayak gini.
Menurut kamu, konten (F&B) yang menarik itu konten yang gimana sih?	Lebih ke arah review sih. Sebenarnya kalau konten yang menarik itu ya gara-gara review, apalagi kalau ada promo. Jadi promo-promo dilihatin, terus ngelihat suasana tempatnya kayak gimana. Kalaupun misalnya produknya homemade, diperlihatkan cara prosesnya dan itu harus clean. Tapi ya, overall gara-gara review, baik dari influencer atau memang dari tempat itu sendiri.
Dari semua konten yang kamu lihat, pernah enggak ada satu konten yang muncul yang malah membuat kamu jadi tidak tertarik?	Selama ini enggak sih, cuman kalau konten kayak gitu ada dalam artian, oke kontennya dikasih tahu dulu ini enak, tempatnya juga bagus, cuman di situ harganya enggak dikasih tahu. Jadi di dalam konten itu enggak ada harganya. Terus saya cari tahu sendiri, 'wah harganya mahal nih'. Jadi di-keep dulu gitu. Bukannya enggak pengen beli, tapi di-keep dulu nanti.
Jadi tidak ada yang membuat jengkel, hanya saja dipikirkan kembali?	Iya, cuman lebih ke arah kayak 'oh nanti dulu aja'. Sebenarnya kalau konten yang bagus ya lebih baik konten F&B itu semuanya ada ya; dari review, dari suasana tempatnya juga, lokasinya, terus yang paling penting harga.

Tabel Transkrip Responden 5

Pertanyaan	Jawaban
Mungkin bisa perkenalkan diri dan kesibukannya saat ini?	Oke, nama aku Januarti Angela Sabailaket. Kesibukannya sekarang menunggu wisuda.
Apakah kamu pernah menggunakan aplikasi TikTok?	Iya, lebih tepatnya sampai sekarang masih menggunakan TikTok.
Seberapa sering kamu menggunakan TikTok?	Sangat sering. Setiap hari harus buka TikTok, sudah jadi sebuah kebiasaan.
Seberapa sering konten bertema Food & Beverage (F&B) muncul di FYP (For You Page) kamu?	Lumayan sering, soalnya kan banyak kayak tren-tren makanan gitu. Karena histori pencarian saya rata-rata mencari tempat kafe atau makanan viral, jadi FYP-nya tentang F&B.

Apakah kamu pernah membeli produk F&B setelah melihatnya di TikTok?	Aku pernah beberapa kali. Contohnya Cromboloni yang dulu trending, ternyata ada cabangnya di Pakuwon, jadi aku coba datang ke situ.
Apa yang menjadi alasan utama kamu tertarik untuk membeli produk F&B yang muncul di TikTok? Apakah karena sedang tren atau memang sedang butuh/mencari?	Kalau kasus Cromboloni kemarin, itu lebih karena sering lewat di FYP, terus jadi FOMO (Fear of Missing Out), enggak mau ketinggalan tren. Jadi penasaran seenak apa.
Saat melihat konten F&B yang menarik di FYP, apakah kamu langsung membelinya atau menyimpannya dulu untuk lain waktu?	Lebih ke save (simpan) aja dulu. Nanti kalau ada waktu luang atau memang besoknya baru pergi. Tidak langsung saat itu juga, kecuali kalau posisinya memang lagi butuh dan cari tempat saat itu juga.
Konten F&B seperti apa yang paling bisa membuatmu tertarik untuk mencoba atau membeli produknya?	Lebih ke kontennya yang bagus dan unik. Penjelasan detail, dan yang unik itu maksudnya ada hal baru, kreatif, dan out of the box, tapi tetap relate dengan yang kita alami. Kontennya kocak.
Pernahkah kamu melihat konten F&B di TikTok yang justru membuatmu jadi tidak tertarik untuk membeli produk tersebut?	Tidak sampai jadi tidak tertarik. Tapi kalau ada produk yang reviewnya rata-rata kurang bagus (contoh: donat Pingkan Mambo), saya akan langsung skip kontennya dan tidak akan menonton sampai habis, jadi tidak ada keinginan untuk mencoba. Itu tergantung review dari orang-orang juga.

Tabel Transkrip Responden 6

	Percakapan
Peneliti	Oke. Oke, jadi. Mungkin bisa sedikit perkenalan untuk nama, kesibukan saat ini lagi ngapain mungkin?
Responden	Nama aku Felix Wilson, sekarang kesibukannya magang. Gitu doang sih sebenarnya sehari-hari.
Peneliti	Oke, mungkin aku pengen sedikit tahu terkait dengan penggunaan TikTok kamu. Apakah kamu sering untuk menggunakan TikTok?
Responden	Mungkin enggak bisa dibilang sering juga ya, ya paling satu hari sekitar 30 sampai 45 menit untuk scrolling TikTok.
Peneliti	Oke lah, buat ngisipin waktu lah ya.
Responden	Iya, betul.
Peneliti	Oke. Nah, selama 30 atau 40 menit ini, kamu tuh pernah lihat atau notice terkait dengan konten F&B enggak ya? Eh, mungkin kayak...
Responden	Konten F...
Peneliti	Lebih ke kayak konten ini loh, kayak misalkan konten review makanan, atau mungkin rekomendasi tempat, mungkin juga terkait dengan tren-tren misalkan ada kayak makanan baru gitu, atau minuman baru?
Responden	Eeh, kalau konten F&B sih enggak sering muncul, tapi beberapa kali ada muncul konten F&B sih.
Peneliti	Tapi pernah lihat ya?

Responden	Pernah, pernah lihat.
Peneliti	Oke. Tapi setidaknya pernah satu kali atau, enggak terlalu sering mungkin ya, karena beda algoritma juga mungkin.
Responden	Iya, betul.
Peneliti	Oke. Nah, kamu pernah enggak beli produk F&B yang mungkin muncul atau mungkin sempat lewat gitu di FYP TikTok kamu itu?
Responden	Kalau beli... beli kayaknya enggak sih ya. Paling cuma tergugah aja melihat promo-promo diskon yang ada sih. Kadang kan ada tuh, misalnya, "Eh, brand ini nih lagi promo nih, harganya jadi segini." Nah itu jadi kayak, "Ih, ada rasa pengen beli," gitu. Tapi kadang enggak kesampaian sih untuk beli.
Peneliti	Oh, berarti karena lewat promonya kah?
Responden	Iya, lebih ke karena ada promonya gitu jadi kayak, "Eh, pengen nyobain juga," gitu.
Peneliti	Oh, oke. Berarti, mungkin... berarti kamu enggak pernah kayak beli misalkan karena suatu tren gitu? Misalkan kayak lagi ada tren makanan apa gitu dan kamu kayak pengen buat coba?
Responden	Kalau tren, enggak sih ya. Karena biasanya kan kalau yang tren gitu ngantrinya panjang banget ya, karena kan pada pengen nyobain juga gitu. Jadi, biasanya kurang berminat sih. Paling kalau misalnya udah agak lewat gitu, terus kayak pas, "Ih, mau coba ah," gitu. Karena udah agak sepi pengen coba, gitu. Baru gitu sih. Tapi kalau ketika trennya lagi hype-hype-nya gitu sih, malah cenderung enggak pernah kayaknya ya untuk ikut-ikutan gitu.
Peneliti	Oh, berarti ketika trennya sudah lewat, itu mungkin pernah sekali atau dua kali ya? Misalkan kayak mungkin kayak cromboloni kemarin gitu?
Responden	Eh, iya, iya. Kadang-kadang kalau trennya udah lewat, terus udah sepi gitu, nah baru nyoba tuh, gitu. Tapi, enggak sering juga lah. Mungkin satu dua yang benar-benar penasaran aja sih.
Peneliti	Oke. Berarti kamu, mungkin sampai saat ini belum pernah ya datang ke suatu tempat atau beli suatu produk yang muncul di FYP kamu?
Responden	Iya, belum pernah hitungannya.
Peneliti	Oke. Oke, mungkin... berarti kan lebih yang pernah mungkin lebih ke rasa tertarik untuk membeli produknya ya?
Responden	Iya, betul.
Peneliti	Oke. Nah, kamu pernah enggak sih lihat konten yang muncul itu yang kayak ngebuat kamu tuh kayak malah ter... eh, langsung buat tertarik gitu? Apakah cuman karena promo tadi?
Responden	Eh, enggak juga ya. Mungkin bisa juga karena misalnya kan, kadang-kadang ada content creator yang dia punya brand bisnis F&B, terus dia kayak proses masaknya kayak gitu-gitu ya, dia nampilin gitu. Jadi kayak, "Ih, seru ya, tertarik kayak gitu. Pengen nyobain," gitu. Karena kayak ngelihat proses dia masak atau misalnya kayak cara dia promosi atau mungkin karena ramai banget nih orang yang ngebahas itu, kayak gitu. Misalnya kayak dulu tuh apa ya? Yang kayak Niagara Fruit kayak gitu kan emang yang promosi banyak ya, enggak cuma dia sendiri kayak gitu. Tapi kan yang beli di dia, terus kayak ada testimoni-testimoninya, terus kan kelihatan tuh pas dia ngejus kayak gitu, buahnya kayaknya lumayan banyak. Kayak gitu kayak, "Ih, kayaknya pengen nyobain

	juga," gitu. Kayak gitu, karena-karena yang apa namanya, yang ngepromosiin lucu kayak gitu-gitu juga ngaruh sih sebenarnya.
Peneliti	Oh, berarti lumayan berpengaruh lah terhadap keinginan untuk kamu membeli produk itu ya?
Responden	Iya, betul.
Peneliti	Oke. Nah, berarti kan menurut pendapatmu sendiri itu, konten-konten yang menarik itu berarti kayak tadi ya, mungkin kayak ada beberapa yang mungkin lebih ke review mungkin ya. Kayak gimana sih proses mereka membuat itu sama mungkin lebih ke, ya kayak, sebetulnya kurang lebih kayak gitu ya? Kayak detail mereka mempromosikan produknya itu ya?
Responden	Iya, mungkin lebih ke cara nge-review-nya, terus eh apa namanya, interaksi antara penjual sama pembelinya gitu. Jadi kayak bukan interaksi yang sekedar, "Ya udah, saya mau beli," terus dia jualan, putus, kayak gitu. "Udah," gitu aja. Itu enggak, tapi kayak hubungan, hubungan antara penjual sama pembelinya tuh hangat, kayak gitu. Jadi kayak, ada rasa, mungkin ada rasa untuk pengen nyobain karena melihat interaksi orang lain dengan si penjualnya itu, kayak gitu kali ya.
Peneliti	Oke. Nah, berarti dari selama ini konten yang muncul di FYP kamu, entah seberapa banyak itu, itu mungkin apakah ada satu konten atau satu jenis konten yang malah kamu tuh ngebuat kamu kayak malah enggak tertarik dan malah kayak enggak mau buat lihat produk itu lagi?
Responden	Yang enggak tertarik ya?
Peneliti	Kayaknya konten-konten yang kayak mukbang-mukbang gitu sih enggak terlalu tertarik ya. Karena kayak nonton aja udah kenyang banget gitu rasanya. Jadi, enggak tertarik untuk nyobain gitu sih.
Responden	Oh, oke. Berarti lebih ke kayak ya konten-konten yang mukbang dalam jumlah besar ya di satu tempat.
Peneliti	Heeh. Iya, betul.
Responden	Oke. Ya mungkin, mungkin sepertinya itu saja untuk semua pertanyaan yang sudah aku ajukan ini. Untuk sesi wawancara ini, eh terima kasih untuk waktunya. Selamat malam.
Peneliti	Oke, selamat malam. Thank you, Malvin.

Tabel Transkrip Responden 7

Pertanyaan	Jawaban
Seberapa sering Anda menggunakan TikTok dalam keseharian?	Sering sekali. Setiap ada waktu luang dari pagi sampai malam pasti membuka TikTok.

Apakah Anda pernah melihat atau memperhatikan konten terkait F&B (makanan & minuman) di TikTok?	Cukup sering, karena saya memang sering mencari rekomendasi lokasi tempat makan di TikTok, jadi banyak yang muncul di FYP.
Apakah Anda pernah melakukan pembelian impulsif (langsung membeli) setelah melihat konten F&B di FYP?	Tidak, saya bukan orang yang impulsif. Saya biasanya melihat dulu, dan jika ada promo yang berlaku lama, baru saya akan beli nanti. Alasan utamanya karena malas datang langsung ke lokasi.
Jadi Anda tidak terlalu tertarik datang ke suatu lokasi kecuali sangat menarik, dan tidak harus saat itu juga?	Benar. Walaupun menarik, saya tidak akan datang di hari-H karena pasti ramai. Jika tempatnya masih akan buka lama dan ada promo jangka panjang, saya lebih memilih untuk menunda.
Apa yang membuat Anda tertarik membeli suatu produk F&B? Apakah karena sedang tren atau karena melihat konten tertentu?	Sebagian besar karena saya memang ingin mencoba saja. Bukan karena sedang tren atau karena konten spesifik, lebih karena saya tertarik untuk mencoba rasanya.
Dari mana biasanya rasa ketertarikan untuk mencoba itu muncul?	Kalau kelihatannya enak, saya akan coba.
Apakah Anda akhirnya pernah membeli produk yang direkomendasikan di FYP Anda?	Iya, pernah, tapi tidak sering. Biasanya kalau ada rekomendasi dan saya kebetulan sedang berada di area yang dekat, seperti di mal.
Menurut Anda, konten F&B seperti apa yang menarik dan bisa membuat Anda mau mencoba suatu produk?	Saya tidak punya preferensi spesifik. Saya biasanya mencari secara acak. Yang penting bagi saya adalah konten review yang informatif, menceritakan tentang tempatnya, harganya wajar, dan rasanya enak. Saya butuh tahu review menu dan lokasinya.
Apakah pernah ada konten F&B di FYP yang justru membuat Anda tidak tertarik untuk membeli atau datang ke tempatnya?	Ada. Contohnya seperti donat viral yang harganya mahal tapi setelah di-review oleh banyak orang ternyata tidak enak. Selain itu, saya juga menghindari makanan yang kelihatannya tidak enak, terlalu berlemak, atau terlalu tinggi gula, meskipun review-nya mengatakan enak.

Tabel Transkrip Responden 8

Pertanyaan	Jawaban
Bisa sedikit perkenalan terkait dengan diri sendiri dan kesibukannya saat ini?	Nama saya Imelda, biasa dipanggil Imel. Saya lulusan Sistem Informasi dan saat ini sedang menganggur sambil mengikuti beberapa kegiatan bootcamp.
Apakah Anda sering menggunakan TikTok?	Sangat sering. Setiap hari saya membuka TikTok, salah satunya karena bermain streak.

Selama menggunakan TikTok, pernahkah Anda melihat konten F&B (makanan, minuman, kafe)? Konten seperti apa yang sering muncul?	Tentu saja sering. Yang paling sering lewat di FYP adalah konten promo F&B, misalnya diskon di mal yang menawarkan voucher yang bisa dibeli. Selain itu, ada juga konten dari kreator biasa atau affiliate marketer yang me-review makanan, kadang dengan keranjang kuning.
Setelah melihat konten-konten tersebut, pernahkah Anda langsung membeli produk F&B yang ditampilkan saat itu juga?	Sebenarnya tidak pernah langsung beli. Saya bukan tipe yang impulsif. Seringkali, promo yang ditampilkan di video tidak sesuai dengan yang ada di voucher, jadi tidak jadi beli. Saya selalu berpikir dua kali apakah pembelian itu worth it atau tidak.
Jadi, belum pernah ada kejadian melihat konten di FYP lalu langsung pergi membeli produknya?	Tidak pernah langsung. Biasanya saya simpan dulu di keranjang. Kalau nanti kepikiran lagi dan kondisi keuangan mendukung, baru akan saya check out.
Apa yang membuat Anda tertarik untuk membeli suatu produk F&B? Apakah karena sedang tren, atau karena ada penawaran menarik seperti voucher diskon?	Saya tidak terlalu terpengaruh tren (FOMO). Saya lebih tertarik membeli jika produknya memang menarik dan sesuai selera saya. Selain itu, penawaran seperti voucher atau diskon juga sangat mempengaruhi, asalkan deals-nya bagus dan worth it.
Apakah konten di FYP bisa membuat Anda tertarik untuk menyimpan atau mempertimbangkan untuk membeli sebuah produk? Konten seperti apa yang bisa memicu itu?	Iya, bisa. Saya lebih tertarik ketika menonton live shopping. Saat live, saya bisa melihat wujud asli produknya secara langsung. Selain itu, mood juga berpengaruh; kalau sedang ingin makan pedas dan melihat live jualan basreng, saya mungkin akan memasukkannya ke keranjang. Faktor lain adalah jika ada kebutuhan, misalnya untuk membeli oleh-oleh, dan host live-nya persuasif serta ada promo yang akan segera berakhir, itu bisa mendorong saya untuk langsung check out.
Menurut Anda, konten F&B seperti apa yang menarik? Apa preferensi Anda?	Sejujurnya, saya lebih terpengaruh oleh penawaran (deals) yang worth it daripada kontennya itu sendiri. Namun, jika berbicara tentang jenis konten, saya paling tertarik dengan live shopping karena bisa melihat produknya secara langsung dan apa adanya. Wujud asli produk, terlihat enak, dan harga yang murah saat live itu yang menarik.
Pernahkah Anda melihat konten F&B yang malah membuat Anda tidak tertarik (enak) dengan produknya?	Pernah, meskipun jarang. Contohnya ketika ada food vlogger yang cara makannya tidak sopan atau terlalu rakus (barbar). Awalnya produknya terlihat enak saat hanya ditampilkan visualnya, tapi ketika melihat cara kreatornya makan, saya jadi tidak tertarik dan langsung scroll.

Tabel Transkrip Responden 9

Pertanyaan	Jawaban
Mungkin bisa perkenalkan dulu nama dan kesibukan saat ini?	Perkenalkan nama saya Mario Steven. Kalau kesibukan saat ini mungkin menunggu wisuda, ya. Sekalian kayaknya sebentar lagi mau pindahan kos.
Seberapa sering Anda menggunakan TikTok?	Seminggu terakhir ini sudah cukup kurang, sih. Paling pakainya kalau ada di chat teman saja. Mungkin dalam sehari paling sedikit ada satu jam.
Selama menggunakan TikTok, seberapa sering Anda melihat konten F&B yang muncul?	Konten F&B sering banget. Karena aku juga suka makan, suka ngemil.
Pernahkah Anda membeli produk F&B yang muncul di FYP secara langsung di tempatnya?	Kayaknya belum pernah, sih, kalau langsung ke tokonya. Tapi kalau FYP terus beli snack-snacknya secara online, gitu pernah.
Apa yang membuat Anda tertarik untuk membeli suatu produk F&B dari TikTok? Apakah karena tren atau karena kontennya yang menarik?	Kalau aku bukan karena lebih ke tren, sih, tapi lebih ke pertama harganya, kemudian yang kedua, aku suka atau tidak. Kalau sesuai selera, ya, aku beli. Kalau tidak, ya, tidak, walaupun sering banget FYP.
Apakah Anda mengikuti tren makanan baru yang muncul di TikTok?	Tren makanan baru... Oh, ternyata aku baru ingat, aku pernah. Kalau di Jogja, di dekat Kota Baru itu ada yang FYP, yang burger gede itu. Nah, itu aku pernah ke situ, makan di situ.
Apakah Anda langsung membeli saat itu juga ketika kontennya muncul?	Tidak, pas ada kesempatan saja.
Jadi, Anda membeli produk F&B secara langsung di tempat karena melihat kontennya di FYP TikTok?	Iya.
Apa yang membuat Anda tertarik pada konten burger tersebut? Apakah kontennya atau produknya sendiri?	Ketertarikan karena awalnya burgernya yang kelihatan gede, sama melihat di videonya antreannya panjang banget. Jadi, pikiranku, "Kayaknya enak banget, nih, jadi banyak yang antre."
Menurut Anda, konten F&B seperti apa yang menarik hingga bisa membuat Anda tertarik?	Aku tidak begitu tertarik sama kontennya, sih, tapi lebih ke produknya sendiri. Kalau produknya sesuai selera, ya, mau kontennya biasa saja juga aku suka-suka saja.
Jika produknya sudah membuat Anda tertarik, apakah konten yang sangat	Tentu.

menarik dapat meningkatkan keinginan Anda untuk membeli?	
Jika mengabaikan produknya, konten seperti apa yang menurut Anda bagus?	Konten yang tidak terlalu berputar-putar atau kelamaan, tapi langsung me-review produknya. Gimik-gimik itu malah bikin malas, jadinya langsung di-scroll.
Apakah konten promo memengaruhi Anda?	Kalau untuk aku, kayaknya tidak.
Dari konten yang muncul, pernahkah ada konten yang malah membuat Anda tidak jadi membeli produk yang awalnya Anda minati?	Ada, sih. Misalnya, beberapa contoh makanan, awalnya aku tertarik, tapi setelah mau checkout ternyata rasanya pedas. Karena aku tidak suka dan tidak bisa makan pedas, jadinya mengurungkan niat.
Pernahkah ada konten yang membuat Anda langsung tidak berminat sama sekali untuk membeli?	Kalau langsung tidak ada minat, ada, sih. Kayak orang makan makanan pedas gitu, aku tidak suka.

Tabel Transkrip Responden 10

Pertanyaan	Jawaban
Mohon perkenalkan diri Anda, nama, serta kesibukan saat ini.	Nama saya Gregorius Yogiswara dari Universitas Atma Jaya, angkatan 21, Prodi SI (Sistem Informasi). Untuk saat ini kesibukannya menganggur, lagi mencari kerja sambil menunggu wisuda.
Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi TikTok?	Lumayan sering, bisa dibilang hampir tiap hari.
Selama menggunakan TikTok, pernahkah Anda melihat konten terkait F&B (makanan & minuman) yang muncul di FYP (For You Page) Anda?	Ya, bisa dibilang lumayan sering, apalagi langsung muncul di FYP. Yang paling sering muncul itu konten tentang kafe atau tempat makanan.
Pernahkah Anda langsung pergi membeli produk F&B sesaat setelah melihat kontennya di FYP?	Kalau langsung (membeli) sepertinya tidak, lebih sering disimpan dulu (videonya) untuk nanti-nanti.
Apakah Anda pernah membeli suatu produk F&B karena terpengaruh oleh tren	Bisa dibilang karena dua-duanya. Misalnya dulu ada tren Seblak Rafael, jadi ingin coba beli. Ada juga karena kontennya bagus dan engaging (menarik), jadi bisa tertarik juga karena kontennya.

yang sedang ramai, atau karena konten promosinya yang menarik?	
Apakah ada jenis konten F&B tertentu yang hanya dengan sekali lihat bisa langsung membuat Anda tertarik untuk membeli produknya?	Ada, pasti. Misalnya hanya melihat satu konten saja lalu berpikir, "ah, kelihatannya enak, coba (beli) ah".
Menurut Anda, konten F&B yang seperti apa yang menarik dan dapat membuat Anda tertarik untuk membeli produk tersebut?	Konten yang berisi ulasan atau honest review. Misalnya (ulasan) tentang bagaimana rasa makanannya, lalu dibandingkan dengan harganya, apakah sepadan dengan kualitasnya. Jadi lebih ke konten ulasan. Kalau konten yang dikemas lucu atau seperti meme, menurut saya biasa saja.
Sebaliknya, pernahkah ada konten F&B yang justru membuat Anda merasa tidak tertarik atau "enek" sehingga mengurungkan niat untuk membeli?	Kalau sampai tidak jadi ingin membeli sepertinya belum pernah ada sampai sekarang. Konten-konten yang saya lihat justru malah banyak yang saya simpan videonya, malah jadi ingin membeli banyak produk.

Tabel Transkrip Responden 11

Pertanyaan	Jawaban
Mungkin bisa sedikit perkenalan untuk namamu, kemudian kesibukanmu saat ini lagi ngapain gitu?	Nama saya Yohanes Kevin Wahyutama, biasa dipanggil Yovin. Untuk kesibukan, sekarang sibuk kerja. Kesehariannya di depan laptop.
Kira-kira seberapa sering sih kamu tuh menggunakan TikTok gitu?	Kalau dibilang seberapa sering, sebenarnya enggak sering-sering banget sih. Ya mungkin ada di sela-sela waktu istirahat atau kayak menggabut aja. Mungkin sekitar 30 sampai 1 jaman sehari.
Selama kamu menggunakan TikTok itu tuh pernah muncul enggak sih kayak konten-konten FNB yang berseliweran gitu atau mungkin tiba-tiba muncul di FYP TikTok kamu?	Sebenarnya pernah sih. Sebenarnya itu kan tergantung algoritma ya. Cuman kadang kalau memang misalkan aku lagi kayak nyari rekomendasi makanan tuh bisa sering banget muncul dua hari atau tiga hari. Tapi setelah itu ya jadi mulai jarang lagi.
Dari konten-konten yang muncul itu, itu pernah enggak	Kalau bilang sekali, pernah. Ada satu produk, namanya Bebek Carok. Itu pernah coba datang itu karena melihat dari TikTok.

sekali lah setidaknya kamu pernah membeli produknya?	
Biasanya tuh kalau kamu beli produk yang muncul ini itu karena apakah karena lagi trennya di TikTok atau mungkin karena kamu emang tertarik dengan produknya itu?	Mungkin karena tertarik lah, tertarik sama trennya. Apalagi sama dia itu pembuat kontennya kan. Jadi kayak tertarik dengan kontennya-kontennya itu.
Pernah enggak sih kamu kayak langsung datang ke tempatnya pada hari itu juga ketika kamu menemukan produk ini?	Oh, kalau pada hari itu juga sih kebetulan enggak pernah. Biasanya ya cuman dilihat dulu, wah ini menarik nih. Menjadiin wishlist aja gitu loh. Disimpan dulu, kemudian kalau lagi ada waktu kosong baru dibeli.
Rata-rata konten yang muncul itu, misalkan kamu tertarik, itu kamu bakal menyimpan konten itu ya?	Iya, betul. Rata-rata aku simpan dulu.
Kamu punya pendapat atau preferensi terkait konten yang menurut kamu menarik gitu? Yang ngebuat kamu tuh kayak pengen untuk nyoba produk ini.	Kalau secara konten makanan sih, aku lebih suka konten kayak semacam reviewer-reviewer yang kayak buat kontennya itu menghibur. Jadi kayak dia itu nyobain atau menunjukkan sesuatu tapi dengan konten yang menghibur, sehingga kayak kesannya itu kayak unik, tapi tetap dia itu kayak reviewnya itu detail dan real.
Pernah ada enggak sih konten-konten FNB yang muncul itu yang malah ngebuat kamu tuh kayak malah enggak tertarik buat nyoba produk itu?	Ada, mungkin yang kesannya itu kayak dilebih-lebihkan. Atau kalau aku pribadi sih lebih ke arah makanannya sih. Kalau ada beberapa makanan atau sajian yang aku kayak enggak suka, nah itu biasa, biasanya kalau muncul di FYP gitu, bisa langsung ku-skip aja sih.

Form Revisi Tugas Akhir

Nama : Malvin Christy

NIM : 211711048

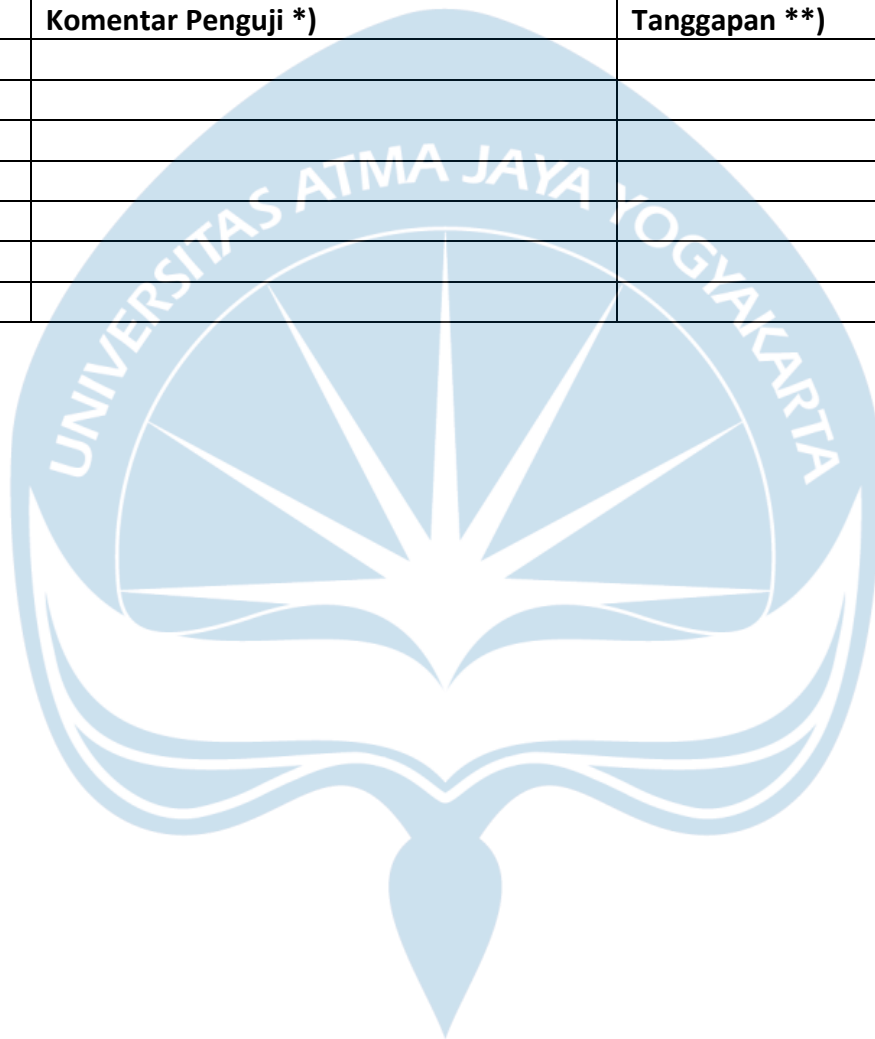
Judul TA : ANALISIS PENGARUH FITUR FYP TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK FOOD AND BEVERAGE

Penguji : Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M.Kom.

Tabel Perbaikan Laporan

No	Komentar Penguji *)	Tanggapan **)



Form Revisi Tugas Akhir

Nama : Malvin Christy

NIM : 211711048

Judul TA : ANALISIS PENGARUH FITUR FYP TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK FOOD AND BEVERAGE

Penguji : Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.

Tabel Perbaikan Laporan

[illegible]

Form Revisi Tugas Akhir

Nama : Malvin Christy

NIM : 211711048

Judul TA : ANALISIS PENGARUH FITUR FYP TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK FOOD AND BEVERAGE

Penguji : Yonathan Dri Handarkho, S.T., M.Eng., Ph.D.

Tabel Perbaikan Laporan

No	Komentar Penguji *)	Tanggapan **)
1	Tambahkan urgensi penelitian terkait fyp dengan kuliner / makanan	Perkembangan teknologi yang sangat cepat telah mendorong seluruh golongan masyarakat untuk dapat semakin aktif dalam menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari – hari, <u>Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah sebuah platform yang memungkinkan pengguna untuk dapat berbagi konten dan berinteraksi dalam sebuah jaringan sosial secara <i>real-time</i> [1].</u> Bila kita lihat di Indonesia pada Januari 2024 tercatat ada sebanyak 139 juta pengguna media sosial yang aktif, yang setara dengan 49,9% dari total populasi yang ada [2]. Dari data yang kita dapatkan ini dapat di simpulkan bahwa <u>media sosial memiliki kemungkinan untuk dapat mempengaruhi opini dan perilaku konsumen.</u> Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia adalah TikTok. Platform media sosial ini menarik perhatian berbagai kalangan, terutama generasi muda, dengan format video pendek yang dikombinasikan dengan fitur-fitur interaktif seperti musik, filter, serta tantangan viral. Popularitas media sosial TikTok di kalangan pengguna Indonesia terbukti dari tingginya tingkat unduhan dan waktu penggunaan harian yang terus meningkat setiap tahunnya [3]. Dalam konteks komunikasi digital, TikTok dinilai mampu untuk dapat menggabungkan

		elemen hiburan dan informasi secara efektif [3] . Fitur utama dari TikTok yang membedakan dari media sosial lain adalah fitur For You Page (FYP). FYP ini berguna untuk menampilkan konten berdasarkan algoritma yang mempertimbangkan interaksi dari pengguna, mulai dari like, comment, share, dan durasi menonton. Dengan adanya sistem tersebut, pengguna akan dapat menemukan konten yang relevan meskipun tidak mengikuti akun pembuatnya [4] . <u>Konten kreatif pada FYP TikTok dapat menjadi sebuah kesempatan untuk menciptakan <i>awareness</i> yang luas dalam waktu singkat [5].</u> <u>Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen tidak dapat diabaikan, konten yang diposting di media sosial sering kali mempengaruhi persepsi dan minat pelanggan terhadap suatu produk atau layanan [5] .</u>Dalam industri makanan dan minuman (<i>Food and Beverage</i>), <u>FYP pada Tiktok terus bertindak sebagai sebuah jembatan bagi bisnis untuk dapat tetap terhubung dengan audiens melalui solusi yang sederhana dan terukur [6] .</u> Banyak pelaku usaha pada bidang FnB yang membuat konten kreatif untuk mempromosikan produk dan layanan yang mereka tawarkan kepada audiens. Pada saat konten tersebut berhasil masuk ke FYP, para pengusaha akan dapat memiliki potensi terhadap peningkatan eksposur dan juga niat konsumen untuk membeli produk / jasa yang mereka tawarkan [7] . Ditambahkan pada halaman 1
--	--	--

2	Tambahkan penjelasan ELM lebih detil, terutama terkait Central route dan peripheral route, terutama di bagian pembahasan	1. Kualitas dan Keunikan Konten Faktor pertama yang menjadi penentu daya tarik adalah kualitas dan orisinalitas dari konten itu sendiri. Narasumber berpendapat bahwa konten yang menonjol adalah yang memiliki keunikan dan berbeda dari video pada umumnya. Hal ini dapat diwujudkan melalui: - Konsep yang inovatif: Konten – konten yang menampilkan ide segar dan tidak repetitif. - Ulasan yang informatif (Review): Konten yang fokus memberikan ulasan jujur dan mendalam mengenai produk atau jasa yang di tawarkan. Video semacam ini dianggap memiliki nilai lebih karena membantu para penonton video yang ada pada FYP TikTok dapat lebih memahami produk secara detail. Faktor ini juga di dukung dengan teori yang telah digunakan yaitu ELM (Elaboration Likelihood Model) yang mana pada faktor kualitas dan keunikan konten itu akan masuk kepada <i>Central Route</i> / jalur sentral [13]. Hal ini disebabkan karena orang yang menonton konten yang muncul akan menilai seberapa baik dan berbeda konten – konten tersebut dengan konten lainnya. Mereka akan memproses isi pesan apakah informatif, logis, dan bernilai. 2. Daya tarik promosi Faktor kedua adalah adanya insentif finansial, yang di berikan berupa promo dalam bentuk poster, voucher yang di tampilkan pada video yang muncul pada FYP TikTok mereka, sehingga elemen kreatif atau informatif dari sebuah video yang
---	---	---

		ditampilkan menjadi sekunder. Perhatian utama mereka akan tertuju pada penawaran menarik yang ditampilkan pada konten yang muncul pada konten yang tampil pada FYP TikTok mereka. Pada faktor daya tarik promosi kita dapat mengkategorikannya kedalam <i>Peripheral Route</i>, ini disebabkan karena daya tarik promosi yang muncul pada FYP lebih memiliki hubungan dengan penampilan luar dan emosi [13]. Jika seseorang tidak terlalu memikirkan isi pesan yang mereka lihat, mereka bisa tertarik hanya karena promosi yang di berikan terlihat menarik, lucu, estetik, atau menggunakan figur populer. 3. Relevansi dengan kebutuhan personal Faktor ketiga adalah kesesuaian konten dengan kebutuhan atau keinginan pribadi yang sudah ada sebelumnya. Narasumber dalam kelompok ini cenderung tidak mudah terpengaruh oleh konten yang sedang viral di FYP ataupun promosi yang gencar ditawarkan. Mereka menggunakan TikTok secara lebih fungsional, di mana daya tarik sebuah konten baru muncul apabila konten tersebut secara langsung relevan dengan apa yang sedang mereka butuhkan atau cari pada saat itu. Bagi mereka, FYP berfungsi sebagai sumber informasi pasif, bukan sebagai pemicu utama minat. Sedangkan untuk faktor relevansi dengan kebutuhan personal akan dapat di kategorikan kedalam <i>Central Route</i>, Hal ini disebabkan karena bila ada sebuah pesan / konten yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, mereka akan terdorong untuk dapat memproses dan mencari
--	--	---

		informasi lebih dalam. Relevansi dengan kebutuhan mereka akan dapat meningkatkan involvement seseorang, sehingga mereka akan masuk ke jalur sentral untuk mengevaluasi pesan lebih serius [13] . Ditambahkan pada halaman 44 - 45																
3	tambahkan perhitungan HTMT untuk Uji Validitas Diskriminan	c. HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) HTMT adalah metode pengujian validitas diskriminan untuk dapat memastikan bahwa sebuah konstruk (konsep) yang ada dalam penelitian benar – benar berbeda dari konstruk lainnya. <table><tr><td></td><td>AB</td><td>ATB</td><td>F</td></tr><tr><td>AB</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>ATB</td><td>0.594</td><td></td><td></td></tr><tr><td>F</td><td>0.590</td><td>0.604</td><td></td></tr></table> Ditambahkan pada halaman 37		AB	ATB	F	AB				ATB	0.594			F	0.590	0.604	
	AB	ATB	F															
AB																		
ATB	0.594																	
F	0.590	0.604																

Form Revisi Tugas Akhir

Nama : Malvin Christy

NIM : 211711048

Judul TA : ANALISIS PENGARUH FITUR FYP TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK FOOD AND BEVERAGE

Penguji : Elisabeth Marsella, S.S., M.Li.

Tabel Perbaikan Laporan

No	Komentar Penguji *)	Tanggapan **)
1	abstract dilengkapi	<i>This study is a study conducted to analyze how the FYP feature influences the purchasing decisions of FnB products. This study was conducted using mixed methods, this study used 480 respondents for the quantitative method while for the qualitative method using 11 informants with an age range of 13 - 28 years. This study has 2 hypotheses developed from the model used, the results of this analysis indicate that the FYP feature on the TikTok application has a positive influence on Attitudes Towards Purchasing, then Attitudes Towards Purchasing have a positive influence on purchasing decisions of an FnB product. Based on this study, it was concluded that the FYP feature which can provide FnB-related content to people who use TikTok will be able to influence purchasing decisions of FnB products.</i> Sudah di tambahkan pada lembar v
2	penulisan nama penulis referensi	Sudah di perbaharui pada halaman 4 - 5
3	penulisan kutipan wawancara	a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Attitude Toward Buying</i>, sehingga

		H1 (Hipotesis 1) diterima. Temuan ini selaras dengan teori Elaboration Likelihood Model (ELM), yang menyatakan bahwa persuasi dapat terjadi melalui dua jalur: jalur sentral (central route) dan jalur periferal (peripheral route) [13] . Dalam konteks TikTok yang serba cepat, fitur-fitur pada FYP sebagian besar beroperasi melalui jalur periferal. Pengguna TikTok umumnya tidak memiliki motivasi atau waktu untuk melakukan elaborasi (pemikiran mendalam) pada setiap konten yang mereka lihat. Oleh karena itu, mereka cenderung mengandalkan "jalan pintas" mental atau isyarat periferal (<i>peripheral cues</i>) untuk membentuk sikap. Fitur-fitur TikTok adalah penyedia isyarat periferal yang sangat efektif. Kemudian di perkuat dengan adanya jawaban dari <u>narasumber 2 menegaskan: “Mungkin karena punya teman-teman yang tertarik dengan kuliner dan suka berbagi video, jadi aku yang awalnya tidak begitu suka kuliner pun jadi muncul di FYP. Karena pernah terpapar dan berinteraksi dengan kontennya seperti ikut menyimpan (save) atau menyukai (like), akhirnya jadi penasaran juga”</u> berdasarkan temuan yang didapatkan ternyata di dapatkan hasil bahwa ternyata ada beberapa faktor yang memungkinkan untuk mempengaruhi sikap pengguna terhadap pembelian produk pada FYP TikTok. Karena bila kita lihat lebih dalam, Jika jenis konten yang diberikan serupa dengan minat pengguna, maka semakin tinggi kemungkinan konten tersebut
--	--	---

		direkomendasikan. Dengan demikian, semakin banyak data yang masuk tentang minat pengguna maka akan semakin tinggi kemungkinan pengguna menemukan rekomendasi konten sesuai dengan yang pengguna sukai [22] . b. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa <i>Attitude Toward Buying</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Decision</i>, sehingga H2 (Hipotesis 2) diterima. Temuan ini dapat memperkuat hubungan antara sikap dan perilaku yang menjadi inti dari banyak teori pemasaran dan psikologi. Dalam kerangka komunikasi pemasaran, ini adalah cerminan keberhasilan pesan dalam menggerakkan audiens dari tahap afektif (sikap/perasaan) ke tahap konatif (perilaku/tindakan). Meskipun banyak sikap di TikTok terbentuk melalui jalur perifer, sikap tersebut tetap efektif untuk mendorong keputusan pembelian, terutama untuk produk berisiko rendah (low-involvement) seperti F&B. Pembelian makanan atau minuman tidak memerlukan pertimbangan rumit membeli laptop. Dan di kuatkan juga dengan pendapat dari <u>narasumber 4: “Ada sih, tapi ya gara-gara konten itulah pengen nyoba dan tahu tentang ada toh makanan kayak gini, F&B kayak gini.”</u> Selain itu ada juga pernyataan dari <u>narasumber 7: “Sebagian besar karena saya memang ingin mencoba saja, Bukan karena sedang tren atau karena konten spesifik, lebih karena saya tertarik untuk</u>
--	--	---

		<u>mencoba rasanya.</u>” pernyataan tersebut juga di tambahkan mengenai apa alasan bisa muncul rasa ketertarikan, <u>narasumber 7: “Kalau kelihatannya enak, saya akan coba.”</u> Dari pernyataan yang telah kita dapatkan dapat di lihat bahwa adanya pengaruh antara sikap terhadap pembelian dengan niat untuk membeli. Oleh karena itu, sikap positif yang terbentuk secara cepat (lewat jalur perifer) sudah cukup menjadi pemicu, terutama untuk pembelian impulsif [13]. Meskipun jarang, jika ada pengguna yang melakukan elaborasi lebih dalam—misalnya dengan menonton <i>review</i> detail, membandingkan komentar, atau mencari informasi lebih lanjut di luar TikTok (jalur sentral)—maka sikap positif yang terbentuk akan lebih kuat, lebih tahan lama, dan lebih prediktif terhadap pembelian berulang serta loyalitas merek. Sudah di perbaharui pada halaman 43 – 44
4	typo: reabilitas	Sudah di perbaiki pada halaman 26, 27, 32, 33, dan 34
5	Bab 1: Dari studi yang ada, apa potensi fyp? Kenapa menerapkannya pada bisnis fnb?	Perkembangan teknologi yang sangat cepat telah mendorong seluruh golongan masyarakat untuk dapat semakin aktif dalam menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari – hari, <u>Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial adalah sebuah platform yang memungkinkan pengguna untuk dapat berbagi konten dan berinteraksi dalam sebuah jaringan sosial secara <i>real-time</i> [1].</u> Bila kita lihat di indonesia pada Januari 2024 tercatat ada sebanyak 139 juta pengguna media sosial yang aktif, yang setara dengan 49,9% dari total populasi yang ada [2]. Dari data yang kita dapatkan ini dapat di simpulkan

		<u>bahwa media sosial memiliki kemungkinan untuk dapat mempengaruhi opini dan perilaku konsumen.</u> Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia adalah TikTok. Platform media sosial ini menarik perhatian berbagai kalangan, terutama generasi muda, dengan format video pendek yang dikombinasikan dengan fitur-fitur interaktif seperti musik, filter, serta tantangan viral. Popularitas media sosial TikTok di kalangan pengguna Indonesia terbukti dari tingginya tingkat unduhan dan waktu penggunaan harian yang terus meningkat setiap tahunnya [3]. Dalam konteks komunikasi digital, TikTok dinilai mampu untuk dapat menggabungkan elemen hiburan dan informasi secara efektif [3] . Fitur utama dari TikTok yang membedakan dari media sosial lain adalah fitur For You Page (FYP). FYP ini berguna untuk menampilkan konten berdasarkan algoritma yang mempertimbangkan interaksi dari pengguna, mulai dari like, comment, share, dan durasi menonton. Dengan adanya sistem tersebut, pengguna akan dapat menemukan konten yang relevan meskipun tidak mengikuti akun pembuatnya [4] . <u>Konten kreatif pada FYP TikTok dapat menjadi sebuah kesempatan untuk menciptakan awareness yang luas dalam waktu singkat [5].</u> <u>Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen tidak dapat diabaikan, konten yang diposting di media sosial sering kali mempengaruhi persepsi dan minat pelanggan terhadap suatu produk atau layanan [5] .</u>Dalam industri makanan dan minuman (<i>Food</i>
--	--	--

		<i>and Beverage</i>), <u>FYP pada Tiktok terus bertindak sebagai sebuah jembatan bagi bisnis untuk dapat tetap terhubung dengan audiens melalui solusi yang sederhana dan terukur [6]</u> . Banyak pelaku usaha pada bidang FnB yang membuat konten kreatif untuk mempromosikan produk dan layanan yang mereka tawarkan kepada audiens. Pada saat konten tersebut berhasil masuk ke FYP, para pengusaha akan dapat memiliki potensi terhadap peningkatan eksposur dan juga niat konsumen untuk membeli produk / jasa yang mereka tawarkan [7] . Ditambahkan pada halaman 1
6	Bab 2: penjelasan kualitatif perlu ditambahkan (wawancara)	Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan mixed method, dilakukan dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Untuk pendekatan kuantitatif data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan layanan Google Form. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara daring yaitu melalui personal chat di whatsapp dan story Instagram. Pendekatan <u>kualitatif narasumber di pilih berdasarkan responden dari penyebaran kuesioner sebelumnya, yang di sesuaikan juga dengan persyaratan yang di perlukan mulai dari menggunakan tiktok lebih dari 2 jam dalam 1 hari hingga pernah membeli produk FnB, untuk metode kualitatif ini dilakukan dengan melaksanakan wawancara yang memiliki tujuan untuk dapat mendapatkan informasi mendalam mengenai topik penelitian.</u>
7	jumlah responden tidak sinkron	Sudah di sesuaikan pada halaman 29 - 31

8	Bab4: Hasil analisis data kualitatif perlu ditulis lebih detail	Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan mixed method, dilakukan dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Untuk pendekatan kuantitatif data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan layanan Google Form. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara daring yaitu melalui personal chat di whatsapp dan story Instagram. <u>Pendekatan kualitatif diawali dengan tahap penentuan narasumber yang dilakukan secara purposif (purposive sampling). Peneliti secara sengaja memilih partisipan yang di ambil dari responden kuesioner yang telah di sebarakan sebelumnya yang telah memenuhi kriteria utama, yaitu pengguna yang telah terkonfirmasi aktif berinteraksi dengan fitur FYP dan mereka pernah melihat konten FnB pada FYP di TikTok. Untuk metode kualitatif ini dilakukan dengan melaksanakan wawancara yang memiliki tujuan untuk dapat mendapatkan informasi mendalam mengenai topik penelitian.</u> Sudah di perbaharui pada halaman 26
---	--	--