

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KONTEN
VIDEO PENDEK TIKTOK, PENGALAMAN PELANGGAN, NILAI
YANG DIRASAKAN, KEPUASAN PELANGGAN, LOYALITAS
PELANGGAN, DAN NIAT PEMBELIAN ULANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh :

Karolus Talu Roy / 210326103

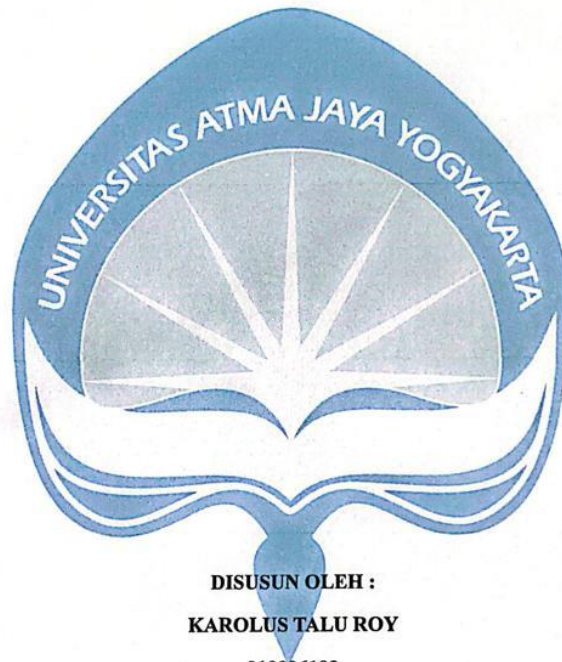
**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KONTEN VIDEO PENDEK TIKTOK,
PENGALAMAN PELANGGAN, NILAI YANG DIRASAKAN PELANGGAN, KEPUASAN
PELANGGAN, LOYALITAS PELANGGAN, DAN NIAT PEMBELIAN ULANG



DISUSUN OLEH :
KAROLUS TALU ROY
210326103

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing


Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

11 Juni 2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KONTEN VIDEO PENDEK TIKTOK,
PENGALAMAN PELANGGAN, NILAI YANG DIRASAKAN, KEPUASAAN
PELANGGAN, LOYALITAS PELANGGAN, DAN NIAT PEMBELIAN ULANG.

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Karolus Talu Roy

NPM : 210326103

Telah dipertahankan di depan panitia penguji

Pada tanggal 23 juli 2026

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Nadia Nila Sari, SE., MBA

Anggota Panitia


Api Adyantara, S.A., M.B.A


Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc.

Yogyakarta, 23 Juli 2026

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KONTEN VIDEO
PENDEK TIKTOK, PENGALAMAN PELANGGAN, NILAI YANG
DIRASAKAN, KEPUASAAN PELANGGAN, DAN NIAT PEMBELIAN
ULANG**

Merupakan hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, kutipan secara langsung maupun tidak langsung bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun keseluruhan skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Juni 2026

Yang menyatakan,



Karolus Talu Roy

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KONTEN VIDEO PENDEK TIKTOK, PENGALAMAN PELANGGAN, NILAI YANG DIRASAKAN, KEPUASAAN PELANGGAN, DAN NIAT PEMBELIAN ULANG" dengan baik dan mampu menghadapi segala hambatan dan tantangan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi serta melengkapi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus & Bunda Maria, yang menjadi sumber pengharapan dan kekuatan bagi penulis, yang selalu memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan dalam keadaan sehat.
2. Teristimewa, penulis persembahkan kepada ayah tercinta, satu-satunya orang tua yang penulis miliki hingga saat ini, yang selalu setia mendampingi setiap langkah dalam keadaan suka maupun lelah, serta tak pernah putus mendoakan. Beliau adalah sumber kekuatan yang tidak pernah pudar. Terima kasih atas cinta, pengorbanan, dan keteguhan hati yang selalu menguatkan penulis untuk terus melangkah maju. Skripsi ini merupakan bentuk kecil dari harapan dan perjuangan yang telah kita lalui bersama. Semoga karya ini dapat menjadi kebanggaan sederhana untuk Ayah, sebagaimana Ayah selalu menjadi kebanggaan terbesar dalam hidup penulis.
3. Yang selalu dirindukan, sosok Ibu tercinta, almarhumah yang telah lebih dahulu berpulang. Meski raga tak lagi bersama, kasih sayang, doa, dan setiap ajaran Ibu tetap hidup dan melekat dalam setiap langkah serta keputusan penulis hingga saat ini. Tidak ada hari tanpa rindu. Dalam setiap proses yang penulis jalani, selalu ada bayangan Ibu yang menjadi penguat, seakan Ibu tetap hadir, memberi pelukan hangat dan bisikan semangat di saat penulis merasa lelah. Nilai-nilai kehidupan yang Ibu tanamkan sejak dulu menjadi pegangan yang tak

tergantikan, mengajarkan penulis untuk tetap kuat, sabar, dan tidak mudah menyerah. Segala perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini penulis dedikasikan sepenuhnya untuk Ibu, yang cintanya tidak pernah lekang oleh waktu. Meskipun Ibu tidak dapat menyaksikan secara langsung, penulis percaya bahwa setiap langkah dan pencapaian ini sampai kepada Ibu dalam doa. Semoga setiap hasil yang penulis capai menjadi bentuk bakti dan doa yang terus mengalir untuk Ibu. Terima kasih atas cinta yang begitu tulus, yang hingga kini masih menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis.

4. Terima kasih penulis ucapkan kepada kakak perempuan, Merlin, yang selalu hadir dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Meskipun tidak selalu diungkapkan secara langsung, kehadiran kakak tetap berarti dan menjadi bagian dari perjalanan penulis sampai di titik ini. Terima kasih atas kebersamaan dan hal-hal sederhana yang tanpa disadari turut menguatkan penulis. Semoga kakak selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan kesuksesan dalam setiap langkah ke depan.
5. Bapak Oscar Chrismadian Noventa, S.E., M.Sc., selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, motivasi, serta masukan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
6. Terima kasih penulis ucapkan kepada teman tercinta, Jung dan Kevin, yang telah menemani perjalanan perkuliahan dari awal hingga akhir. Terima kasih atas kebersamaan, cerita, dan tawa yang selalu hadir di setiap momen. Kehadiran kalian benar-benar berarti bagi penulis, terutama di saat lelah dan sedih, kalian selalu ada untuk menghibur dan menguatkan. Semoga kalian selalu sukses di mana pun berada dan segala hal baik selalu menyertai langkah kalian. Terima kasih sudah jadi teman seperjuangan yang nggak akan penulis lupakan.
7. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ce Anggel, Alfi, Stevin, dan Vivi yang menjadi teman pertama penulis saat awal berada di Jogja. Kehadiran kalian membuat penulis tidak merasa kesepian dan lebih berani untuk menjalani hari-hari serta berkelana di kota Jogja ini. Terima kasih atas kebersamaan dan kebaikan yang selalu diberikan.
8. Terima kasih penulis ucapkan kepada Alvis, teman penulis sejak SD, SMP, SMA hingga sekarang. Meskipun terpisah jarak, kehadiranmu tetap terasa dekat. Setiap malam kita selalu berbagi cerita melalui video call tentang hari yang telah

dijalani. Terima kasih atas dukungan yang selalu diberikan kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga tahap penyelesaian ini. Kehadiranmu menjadi salah satu penyemangat bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan semuanya.

9. Kepada diri sendiri, yang tetap kuat mengerjakan skripsi ini hingga bisa menyelesaikan dengan baik. Terima kasih untuk tidak menyerah selama proses berkembang menjadi individu yang lebih baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan serta keterbatasan yang jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, perusahaan, dan pihak-pihak lainnya. Semoga Tuhan Yesus memberkati semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 7 Juni 2026



Karolus Talu Roy

DAFTAR ISI

SKRIPSI	1
LEMBAR PENGESAHAN.....	2
PERNYATAAN ORISINALITAS	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
MOTTO.....	14
ABSTRAK.....	15
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Vidio Pendek.....	10
2.1.2 Pengalaman Pelanggan.....	12
2.1.3 Nilai yang Dirasakan	13
2.1.4 Kepuasan pelanggan.....	14
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	15
2.1.6 Niat Pembelian Ulang	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
BAB III	23

METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 <i>Face validity</i>	28
3.5 Metode Pengumpulan Data	33
3.5.1 Data Primer	35
3.5.2 Data Sekunder	28
3.1 Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional	28
3.2 Metode Analisis Data (Analisis Statistik Deskriptif).....	35
3.7.1.1 Alat Analisis Microsoft Excel.....	36
BAB IV.....	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Karakteristik Responden	38
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Tiktok	39
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berbelanja di Tiktok Shop.....	39
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	43
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Konten Video Pendek	43
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Pengalaman Pelanggan.....	45
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Nilai yang Dirasakan	46
4.2.4 Analisis statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	48
4.2.5 Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan	49
4.2.6 Analisis Statistik Deskriptif Niat Pembelian Ulang	51
BAB V	55
PENUTUP.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Implikasi Manajerial.....	58
5.3 Keterbatasan Penelitian	60

5.4 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR LAMPIRAN.....	65
LAMPIRAN 1	65
Lampiran 1. Pertanyaan Kuisisioner.....	65
Pertanyaan filter	66
Profil Responden.....	66
LAMPIRAN II KUSIONER GOOGLE FORM.....	68
LAMPIRAN III DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN	75
Lampiran 3. Data Karakteristik Responden (Data Demografi Responden)	75
LAMPIRAN IV Lampiran 4. Hasil Pengolahan Data Microsoft Excel	79
Lampiran 4. Hasil Pengolahan Statistik Deskriptif Data Microsoft Excel	79
LAMPIRAN VI. ARTIKEL UTAMA	81
Lampiran 5. Artikel Utama	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1	Uji <i>Face validity</i>	29
Tabel 3. 2	Definisi Operasional	30
Tabel 4. 1	Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Tiktok	39
Tabel 4. 2	Distribusi Responden Berdasarkan Pengalaman Berbelanja di Tiktok Shop ...	39
Tabel 4. 3	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 4	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
Tabel 4. 5	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 6	Analisis Statistik Deskriptif Konten Video Pendek TikTok	43
Tabel 4. 7	Analisis Statistik Deskriptif Pengalaman Pelanggan	45
Tabel 4. 8	Analisis Statistik Deskriptif Nilai yang Dirasakan	46
Tabel 4. 9	Analisis Statistik Deskriptif kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4. 10	Analisis Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	49
Tabel 4. 11	Analisis Statistik Deskriptif Niat Pembelian Ulang.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Pengguna Tiktok Global 2021-2025.....	3
Gambar 1.2	Negara dengan pengguna Tiktok terbanyak.....	4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuisisioner	65
Lampiran 2. Kuisisioner Google Form	68
Lampiran 3. Data Karakteristik Responden (Data Demografi Responden)	75
Lampiran 4. Hasil Pengolahan Statistik Deskriptif Data Microsoft Excel	79
Lampiran 5. Artikel Utama	81

MOTTO

**Jangan Takut, Percaya saja”
(markus 5:36)**

**“Aku ditolak dengan hebat sampai jatuh, tetapi Tuhan
menolong aku”
(mazmur 118:13)**

**“Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam
kesesakan dan bertekunlah dalam Doa.”
(Roma 12:12)**

**“Aku tahu, bahwa Engkau sanggup melakukan segala
sesuatu, dan tidak ada rencana-Mu yang gagal”
(Ayub 42:2)**

**ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KONTEN VIDEO
PENDEK TIKTOK, PENGALAMAN PELANGGAN, NILAI YANG
DIRASAKAN, KEPUASAAN PELANGGAN, DAN NIAT PEMBELIAN
ULANG**

Karolus talu roy

Oscar Chrismadian Noventa, S.E, M.Sc.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-33, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penilaian konsumen terhadap konten video pendek TikTok, pengalaman pelanggan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan niat pembelian ulang. TikTok menjadi salah satu *platform* yang banyak digunakan konsumen untuk mencari informasi produk dan berbelanja secara *online* melalui konten video pendek yang menarik dan informatif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan melibatkan 158 responden pengguna TikTok di Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan penilaian responden terhadap variabel yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap konten video pendek TikTok, pengalaman pelanggan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan niat pembelian ulang. Responden menilai TikTok membantu memahami produk dan memberikan pengalaman berbelanja yang baik. Selain itu, sebagian besar responden merasa puas, menunjukkan loyalitas, serta memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan TikTok kepada orang lain.

Kata Kunci: Konten Video Pendek Tiktok, Pengalaman pelanggan, Nilai yang dirasakan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan, Niat pembelian ulang, Analisis Deskriptif