

**ANALISIS PERILAKU PENGGUNA TIKTOK GO BERBASIS
AISAS DI JABODETABEK**

AMALIA ASTI ALSYIRA

1714422031



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***ANALYSIS OF TIKTOK GO USER BEHAVIOR IN
JABODETABEK BASED ON THE AISAS MODEL***

AMALIA ASTI ALSYIRA

1714422031



***This skripsi is submitted as one of the requirements for obtaining the Applied
Bachelor's Degree at the Faculty of Economics and Business,
Jakarta State University.***

**DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM
APPLIED BACHELOR'S PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2026

ABSTRAK

AMALIA ASTI ALSYIRA. 1714422031. Analisis Perilaku Pengguna TikTok Go Berbasis AISAS di Jabodetabek. Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan perilaku konsumen dalam mencari informasi dan melakukan keputusan melalui platform digital. TikTok Go hadir sebagai fitur berbasis lokasi yang menghubungkan aktivitas online dan offline. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pengguna TikTok Go berbasis model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) di Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui kuesioner daring kepada 96 responden dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif serta Tingkat Capaian Responden (TCR). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pengguna TikTok Go berada pada kategori tinggi. Tahapan *Attention, Interest, Search*, dan *Action* menunjukkan kecenderungan positif, sedangkan *Share* menjadi tahapan dengan capaian terendah. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pengembangan strategi pemasaran digital melalui peningkatan interaksi dan pengalaman pengguna.

Kata kunci: AISAS, perilaku pengguna, TikTok Go, pemasaran digital, *online-to-offline*

ABSTRACT

AMALIA ASTI ALSYIRA. 1714422031. Analysis of TikTok Go User Behavior Using the AISAS Model in Jabodetabek. D4 Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University, 2026.

Digital technology development has driven changes in consumer behavior in seeking information and making decisions through digital platforms. TikTok Go is introduced as a location-based feature that connects online and offline activities. This study aims to analyze TikTok Go user behavior based on the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) in Jabodetabek. This study uses a quantitative approach with a descriptive method. Data were collected through an online questionnaire involving 96 respondents and analyzed using descriptive analysis and the Respondent Achievement Level (TCR). The results show that TikTok Go user behavior is categorized as high. The Attention, Interest, Search, and Action stages demonstrate positive tendencies, while Share is the stage with the lowest achievement. This study provides implications for the development of digital marketing strategies through improving user interaction and experience.

Keywords: AISAS, user behavior, TikTok Go, digital marketing, online-to-offline



LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Amalia Asti Alsyira
NIM : 1714422031
Program Studi/Fakultas : D4 Pemasaran Digital/Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Analisis Perilaku Pengguna TikTok Go Berbasis AISAS di Jabodetabek

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus*) * Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 21 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua Penguji	Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.	)* Tanda tangan
	NIP. 197404162006041001	
Penguji 1	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M.	)* Tanda tangan
	NIP. 199308272020122024	
Penguji 2	Adnan Kasofi, S.Pd., M.B.A.	)* Tanda tangan
	NIP. 199107022023211023	
Pembimbing 1	Dra. Sholikhah, MM.	)* Tanda tangan
	NIP. 196206231990032001	
Pembimbing 2	Sheyla Silvia Siregar, S.S., M.Si.	)* Tanda tangan
	NIP. 198907202019032014	

Mengetahui,
Dekan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi
Pemasaran Digital,


Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D.
NIDN/NUPTK. 0021127405

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Amalia Asti Alsyira
NIM : 1714422031
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Analisis Perilaku Pengguna TikTok Go Berbasis AISAS di Jabodetabek

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 27 Juli 2026

Yang menyatakan,

(Amalia Asti Alsyira)

NIM. 1714422031

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amalia Asti Alsyira
NIM : 1714422031
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekoomi dan Bisnis/Pemasaran Digital
Alamat email : astiamalia138@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Analisis Perilaku Pengguna TikTok Go Berbasis AISAS di Jabodetabek

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Juni 2026

Penulis

(Amalia Asti Alsyira)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul “Analisis Perilaku Pengguna TikTok Go Berbasis AISAS di Jabodetabek”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada lembar persembahan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dra. Sholikhah, M.M. dan Sheyla Silvia Siregar, S.S., M.Si. selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan arahan, bimbingan, ilmu, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital yang telah memberikan dukungan dan kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi D4 Pemasaran Digital.
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan dukungan dalam lingkungan akademik selama penulis menempuh pendidikan.

4. Orang tua tercinta, yang selalu mengusahakan anak pertamanya ini untuk menempuh pendidikan tinggi dan menyelesaikan studinya hingga memperoleh gelar sarjana. Teruntuk Ayah dan Mamah terima kasih atas kasih sayang yang tidak pernah berkurang, doa yang tidak pernah terputus, serta setiap pengorbanan tanpa pernah meminta balasan. Penulis meyakini bahwa doa kalian adalah kekuatan yang selalu menjaga, menyelamatkan, dan menuntun penulis melewati setiap proses ini. Terima kasih atas kepercayaan yang selalu diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan setiap tanggung jawab dengan sebaik-baiknya bahkan ketika penulis meragukan diri sendiri. Terima kasih telah menjadi tempat pulang yang paling menyenangkan, rumah yang selalu dipenuhi kasih sayang. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, umur yang berkah, serta perlindungan kepada kalian. *I love you*, Ayah dan Mamah.
5. Kedua Adik tersayang, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dengan cara kalian masing-masing. Semoga pencapaian ini dapat menjadi motivasi bagi kalian untuk terus bermimpi, berjuang, dan meraih cita-cita setinggi mungkin.
6. Seseorang yang telah hadir dan menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup penulis, terima kasih atas doa, dukungan, kesabaran, serta semangat yang selalu diberikan. Terima kasih telah menjadi *suport system*, tempat berkeluh kesah dan berbagi cerita, serta pengingat untuk terus bertahan di setiap proses. Terima kasih karena telah hadir dan menjadi bagian dari cerita yang mengantarkan penulis hingga titik ini.

7. Sahabat dan teman-teman seperjuangan D4 Pemasaran Digital Angkatan 2022, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan selama masa perkuliahan. Secara khusus, terima kasih kepada Sambat *Sist*, Nabilah & Shafa, telah menjadi sahabat yang selalu hadir di setiap momen penting dalam perjalanan penulis. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih atas waktu dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.
8. *Last but not least*, terima kasih kepada diri sendiri. Terima kasih karena telah bertahan, terus belajar, dan selalu berusaha memberikan yang terbaik. Terima kasih untuk setiap langkah meskipun tidak selalu tahu ke mana perjalanan ini akan membawa. Terima kasih untuk setiap malam yang dipenuhi rasa lelah, keraguan, dan air mata, tetapi tetap memilih bangkit dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Pencapaian ini bukan hanya tentang berhasil memperoleh gelar sarjana, tetapi juga tentang bertumbuh menjadi pribadi yang lebih dewasa dan lebih percaya pada diri sendiri. Dengan segala kurang dan lebih, terima kasih telah bertahan hingga sampai di titik ini. Perjalanan ini telah selesai, tetapi mimpi-mimpi yang lebih besar baru saja dimulai.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran digital.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	20
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Manfaat Penelitian	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
A. Perilaku Konsumen	22
1. Definisi Perilaku Konsumen	22

2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pengguna TikTok	23
3. Dimensi dan Indikator AISAS	25
4. Tiktok & Ekosistem Konten Video	30
5. Model Bisnis O2O & TikTok Go	31
B. Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
1. Waktu Penelitian	42
2. Tempat Penelitian.....	42
B. Desain Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel Penelitian	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data	47
1. Operasionalisasi Variabel	48
2. Skala Pengukuran.....	50
3. Uji Instrumen Penelitian	51
E. Teknik Analisis Data	54
1. Analisis Deskriptif	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57

A. Profil Responden	57
B. Uji Instrumen Penelitian.....	67
1. Hasil Uji Validitas	67
2. Hasil Uji Reliabilitas	68
C. Deskripsi Jawaban Responden	69
D. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Implikasi	89
C. Keterbatasan Penelitian	92
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan Video di Beranda (FYP)	5
Gambar 1.2 Keluhan Ikon Tag Lokasi	5
Gambar 1.3 Keluhan Tulisan/Teks pada Video	5
Gambar 1.4 Keluhan Kesadaran Alternatif	5
Gambar 1.5 Keluhan Minat Mencoba Tempat	7
Gambar 1.6 Keluhan Pencarian Informasi	7
Gambar 1.7 Keluhan Promo.....	7
Gambar 1.8 Keluhan Tampilan	7
Gambar 1.9 Keluhan Detail Tempat.....	8
Gambar 1.10 Keluhan <i>Review</i> Pengguna Lain.....	8
Gambar 1.11 Keluhan Konten Tidak Sesuai	8
Gambar 1.12 Keluhan Ulasan Negatif	8
Gambar 1.13 Keluhan Menghubungi Penyedia Layanan	10
Gambar 1.14 Keluhan Perbedaan Informasi	10
Gambar 1.15 Keluhan Perbandingan Harga.....	11
Gambar 1.16 Keluhan Perbandingan Antar <i>platform</i>	11
Gambar 1.17 Keluhan Kunjungan ke Lokasi.....	13
Gambar 1.18 Keluhan Penggunaan Promo	13
Gambar 1.19 Keluhan Transaksi	13
Gambar 1.20 Keluhan Cerita Pengguna	15
Gambar 1.21 Keluhan Validasi Kekecewaan	15

Gambar 1.22 Keluhan Balasan Komentar Menyesatkan	15
Gambar 1.23 Keluhan Kirim <i>Link/Share</i>	15
Gambar 1.24 Keluhan <i>Rating</i> dan Ulasan.....	15
Gambar 2.1 Peta Perjalanan Konsumen Model O2O pada TikTok Go.....	33



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna TikTok di Indonesia Berdasarkan Usia	2
Tabel 1.2 Rata-rata Waktu Penggunaan Media Sosial di Indonesia.....	3
Tabel 1.3 Hasil Pra-Riset Kendala Pengguna TikTok Go	18
Tabel 2.1 Perbandingan TikTok Go dengan <i>Platform</i> O2O Lain.....	33
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel	48
Tabel 3.2 Bobot Penilaian Skala Likert.....	51
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor Berdasarkan Persentase (TCR)	55
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	61
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran.....	64
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Tiktok.....	65
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Tiktok	65
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Attention</i>	69
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Interest</i>	71
Tabel 4.11 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Search</i>	73
Tabel 4.12 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Action</i>	75
Tabel 4.13 Frekuensi Jawaban Dimensi <i>Share</i>	76

Tabel 4.14 Uji Hasil Validitas	67
--------------------------------------	----

Tabel 4.15 <i>Reliability Statics</i>	69
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Hasil Data Tabulasi.....	110
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	120
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	120
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	121
Lampiran 6. Surat Persetujuan Seminar Proposal.....	122
Lampiran 7. Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	123
Lampiran 8. Riwayat Hidup.....	124

