

TUGAS AKHIR
ANALISIS KORELASI MOTIVASI, KEPUASAN KONSUMEN
DAN IKLAN PRODUK JAJANAN UMKM PADA PENGGUNA
TIKTOK SHOP
(Studi Kasus: UMKM Formosa Snack)



MOHAMAD FAIS
202131022

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP CILACAP
2025

TUGAS AKHIR
ANALISIS KORELASI MOTIVASI, KEPUASAN KONSUMEN
DAN IKLAN PRODUK JAJANAN UMKM PADA PENGGUNA
TIKTOK SHOP
(Studi Kasus: UMKM Formosa Snack)



MOHAMAD FAIS
202131022

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA AL GHAZALI CILACAP CILACAP
2025

PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Mohamad Fais

NIM : 202131022

Fakultas/Prodi : Fakultas Teknologi Industri/ Teknik Industri

Tahun : 2025

Judul Tugas Akhir : Analisis Korelasi Motivasi, Kepuasan Konsumen dan Iklan
Produk Jajanan UMKM Pada Pengguna TikTok Shop

Studi Kasus: UMKM Formosa snack

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini benar-benar orisinil/asli dibuat oleh saya sendiri, tidak ada pihak lain yang membuat laporan ini, tidak ada unsur plagiat kecuali pada bagian-bagian yang disebutkan rujukannya. Jika suatu hari ditemukan adanya indikasi dibuat oleh pihak lain atau plagiat, maka saya bersedia menerima konsekuensi dari institusi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran tanpa ada paksaan.

Cilacap, 12 Maret 2025

Yang Menyatakan

Mohamad Fais

NIM. 202131022

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai Civitas Akademik Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA)

Cilacap, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohamad Fais
NIM : 202131022
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul: “Analisis Motivasi, Kepuasan Konsumen dan Iklan Produk Jajanan UMKM Pada Pengguna TikTok Shop (Studi Kasus: UMKM Formosa snack)”, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Adanya Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) berhak menyimpan, mengelola dalam bentuk database, merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak lain.

Cilacap, 12 Maret 2025

Yang Menyatakan

Mohamad Fais

NIM. 202131022

PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS MOTIVASI, KEPUASAN KONSUMEN DAN IKLAN PRODUK JAJANAN UMKM PADA PENGGUNA TIKTOK SHOP (Studi Kasus: UMKM Formosa snack)”. Solawat serta salam senantiasa kita curahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad Solallohu’ alaihi Wassalam yang telah membawa Umat Islam dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan ini.

Tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Christian Soolany, S.TP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.
2. Ibu Aji Kusumastuti Hendrawan, MT. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA) Cilacap.
3. Bapak Muhammad Haris Maknun, M.T. selaku Dosen Pembimbing 1 Tugas Akhir yang telah sabar membimbing serta memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Ibu Siti Fauzatun W, S.Si., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir yang telah sabar membimbing serta memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Ibu Siti Munawaroh selaku pemilik UMKM Formosa snack yang telah berkenan dan memberikan izin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian tugas akhir ditempat Beliau.
6. Kedua orang tua penulis, bapak Fahrudin Isnadi dan ibu Tugiyah, yang tak pernah berhenti menghujani doa untuk penulis, selalu memberikan kasih sayang, nasehat, serta kesabarannya yang luar biasa dalam mendidik agar menjadi anak

yang soleh, Beliau merupakan anugrah terbesar dalam hidup penulis, semoga selesainya pendidikan Strata 1 ini menjadi langkah awal dalam membahagiakan, membanggakan dan mengangkat derajat Beliau. Ammin.

7. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Teknik Industri Angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan saling mendukung satu sama lain dan menjadikan setiap perjalanan perkuliahan penuh dengan kenangan.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun turut serta dalam memberikan kontribusi, baik langsung maupun tidak langsung, dalam penyusunan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki oleh penulis, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan, kritik serta saran membangun dari pembaca untuk perbaikan dimasa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa dan pembaca, serta dapat memberikan sumbangan positif dalam membangun ilmu pengetahuan. Amiin dan terimakasih. Wassalamu'alaikum Warahmatullohi Wabarokatuh.

Cilacap, 12 Maret 2025

Penulis

Mohamad Fais

NIM. 202131022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat motivasi konsumen, tingkat kepuasan konsumen, serta pengaruh iklan, motivasi konsumen dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian secara online pada UMKM Formosa snack. Metode yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Last Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Penelitian ini melibatkan 80 responden yang merupakan konsumen Formosa Snack yang telah melakukan pembelian melalui akun TikTok Shop Formosa snack. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner via WhatsApp kepada konsumen Formosa snack. Data diolah menggunakan *software* SPSS untuk uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik (uji normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas). Data juga diolah menggunakan *software* SmartPLS untuk Uji Inner Model, dengan penilaian melalui *Coefficients of Determination (R-square)* untuk variabel terikat dan *Path Coefficients* untuk variabel bebas, serta analisis signifikansi berdasarkan nilai T-Statistics dan P-Value. Hasil penelitian disimpulkan bahwa yang mempengaruhi motivasi konsumen dalam mengkonsumsi produk Formosa snack adalah motivasi dengan indikator rasa aman, dan tingkat kepuasan konsumen disimpulkan bahwa konsumen Formosa snack merasa puas karena dipengaruhi harga dan kualitas yang diberikan. Berdasarkan hasil pada uji hipotesis terdapat hubungan yang positif dan signifikan pada variabel motivasi konsumen, kepuasan konsumen dan iklan terhadap keputusan pembelian produk jajanan Formosa snack.

Kata Kunci: Motivasi, Kepuasan Konsumen, Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the level of consumer motivation, level of consumer satisfaction, and the influence of advertising, consumer motivation and consumer satisfaction on online purchasing decisions at Formosa snack MSMEs. The method used is Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. This study involved 80 respondents who were Formosa Snack consumers who had made purchases through the Formosa snack TikTok Shop account. Data were collected by distributing questionnaires via WhatsApp to Formosa snack consumers. The data was processed using SPSS software for validity, reliability, and classical assumption tests (normality, linearity, and heteroscedasticity tests). The data was also processed using SmartPLS software for the Inner Model Test, with an assessment through the Coefficients of Determination (R-square) for the dependent variable and Path Coefficients for the independent variable, as well as significance analysis based on the T-Statistics and P-Value values. The results of the study concluded that what influences consumer motivation in consuming Formosa snack products is motivation with a sense of security indicator, and the level of consumer satisfaction concluded that Formosa snack consumers feel satisfied because they are influenced by the price and quality given. Based on the results of the hypothesis test, there is a positive and significant relationship between the variables of consumer motivation, consumer satisfaction and advertising on purchasing decisions for Formosa snack products.

Keywords: *Motivation, Consumer Satisfaction, Purchase.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	iv
PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Batasan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2.2. Motivasi Konsumen	8
2.2.1 Indikator Motivasi Konsumen	9
2.3. Kepuasan Konsumen.....	9
2.4. TikTok Shop.....	10
2.5. Minat Beli	11
2.6. Pengertian Iklan	11
2.6.1 Indikator Iklan	12
2.6.2 Tujuan Iklan.....	12
2.7. Keputusan Pembelian	12
2.8. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	13
2.9. <i>Partial Last Square</i> (PLS).....	13
2.10. <i>Software SmartPLS</i>	13
2.11. Teknik Uji.....	14
2.12. Teknik Analisis Data	15
2.13. Hubungan Variabel Independent dengan Variabel Dependent.....	17
2.14. Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis.....	18

BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.2. Jadwal Penelitian.....	20
3.3. Populasi dan Sample Penelitian.....	21
3.4. Pengambilan Data Penelitian	21
3.5. Teknik Analisis Data	21
3.6. Variabel dan Indikator Penelitian	22
3.7. Flowchart Penelitian.....	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Hasil Penelitian	24
4.2 Karakteristik Responden.....	24
1. Jenis Kelamin	24
2. Usia	25
3. Pekerjaan	25
4. Pendidikan Terakhir	26
5. Pengasilan	26
4.3 Analisis Tingkat Motivasi Konsumen	27
4.4 Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen	28
4.5 Hasil Deskriptif Responden Variabel Iklan.....	30
4.6 Hasil Deskriptif Responden Keputusan Pembelian	31
4.7 Hasil Uji Kualitas Data	31
1. Uji Validitas	31
2. Uji Realibilitas	33
4.8 Uji Asumsi Klasik	34
1. Uji Normalitas.....	34
2. Uji Linearitas	35
3. Uji Heteroskedastisitas	36
4.9 Evaluasi Model Struktural (Iner Model)	37
1. <i>R-Square</i>	37
2. Uji Hipotesis.....	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
5.1 Kesimpulan	42

5.2	Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....		45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk bakso goreng Formosa snack yang dijual dengan harga Rp. 30.000,- untuk berat Netto: 450 gram	2
Gambar 1. 2 Produk usus goreng Formosa snack yang dijual dengan harga Rp. 35.000,- untuk berat Netto: 450 gram	2
Gambar 1. 3 Produk seblak kering Formosa snack yang dijual dengan harga Rp. 20.000,- untuk berat Netto: 350 gram	2
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran pengaruh variabel (X) terhadap Variabel (Y) .	18
Gambar 3. 1 Denah lokasi penelitian	20
Gambar 3. 2 Flowchart Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Model Hasil Uji Hipotesis.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	20
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Penelitian	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	25
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	25
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	26
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	26
Tabel 4.6 Motivasi Konsumen Dalam Pembelian Produk Formosa Snack	27
Tabel 4.7 Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kesesuaian Harga.....	28
Tabel 4.8 Kepuasan Konsumen berdasarkan Niat Berkunjung Kembali.....	29
Tabel 4.9 Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kesiediaan Rekomendasi	29
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.11 Hasil Uji Realiabilitas	33
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	34
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas X1 dengan Y	35
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas X2 dengan Y	35
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas X3 dengan Y	36
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	37
Tabel 4.17 R-Squares	38
Tabel 4.18 Hasil T-Statistics	39