

**PENGARUH *USER-GENERATED CONTENT* (UGC) DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DI TIKTOK DALAM
MEMBANGUN *VISIT INTENTION* KE CAFE PADA GENERASI Z
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA KOTA MALANG)**

TUGAS AKHIR

Oleh
BAIQ ISNINA LATIFA
2219006



**INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL S-1
FEBRUARI 2026**

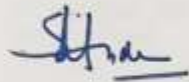
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
"PENGARUH USER-GENERATED CONTENT (UGC) DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DI TIKTOK DALAM
MEMBANGUN VISIT INTENTION KE CAFE PADA GENERASI Z
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA KOTA MALANG)"

Tugas Akhir yang diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.) Strata-1 (S-1) Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang, yang disusun oleh

Nama : Baiq Isnina Latifa
NIM : 2219006
Program Studi : Bisnis Digital S-1
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

telah disetujui pada tanggal: 13 Februari 2026

Menyetujui
Dosen Pembimbing I Tugas Akhir



Dra. Sri Indriani, MM.
NIP. 1018600130

Dosen Pembimbing II Tugas Akhir



Firda Meisarah, SE., MM.
NIP. 1032300629



Mengetahui
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,

Dr. Agung Pertiwi Susanto, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031500499

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir oleh Baiq Isnina Latifa ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 22 Januari 2026.

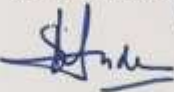
Dewan Penguji



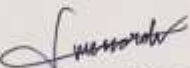
Emmalia Adriantantri, ST., MM
NIP. P 1030400401



Sujianto, S.Pd., S.M., MM.
NIP. Y. 1039300250



Dra. Sri Indriani, MM.
NIP. 1018600130



Firda Meisaroh, SE., MM.
NIP. 1032300629



Mengetahui,
Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1,



Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd.
NIP. P 1031500499



PT. BNI (PERBRO) MALANG
BANK NAGA MALANG

PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I : J. Beridjeng Sigara-gara No 2 Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : J. Rejyn Kuningka, Km 2 Telp. (0341) 417838 Fax. (0341) 417634 Malang

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**

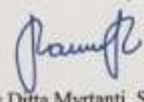
NAMA : BAIQ ISNINA LATIFA
NIM : 2219006
PRODI : BISNIS DIGITAL S-1
JUDUL : PENGARUH USER-GENERATED CONTENT (UGC) DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DI TIKTOK
DALAM MEMBANGUN VISIT INTENTION KE CAFE PADA
GENERASI Z (STUDI KASUS PADA MAHASISWA KOTA
MALANG)

Diperhatikan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir jenjang program Strata Satu
(S-1)

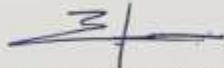
pada hari : Kamis
tanggal : 22 Januari 2026
dengan Nilai : 86,43 (A)

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR


Dr. Agung Purni Sasmita, S.Pd., M.Pd.
NIPP 1031500499

Sekretaris,

Reiny Ditta Myrtanti, S.T., M.T.
NIPP 1032000577

ANGGOTA PENGUJI

Penguji I,

Emmalia Adriantantri, ST., MM
NIP. P 1030400401

Penguji II,

Sujianto, S.Pd., SM., MM.
NIP. Y. 1039300250

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baiq Isnina Latifa
NIM : 2219006
Program Studi : Bisnis Digital S-1
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Tugas Akhir ini hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 13 Februari 2026
Yang membuat pernyataan



Baiq Isnina Latifa
NIM. 2219006

ABSTRAK

Latifa, Baiq I. 2025. *Pengaruh User-Generated Content (UGC) dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) di TikTok dalam Membangun Visit Intention ke Cafe pada Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Malang)*. Tugas Akhir, Program Studi Bisnis Digital S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang. Pembimbing: (I) Dra. Sri Indriani, MM., (II) Firda Meisaroh, SE., MM.

Kata kunci: *User-Generated Content, Electronic Word of Mouth, Visit Intention*

Perkembangan media sosial berbasis video pendek, khususnya TikTok, telah mengubah pola pencarian informasi dan pengambilan keputusan Generasi Z, termasuk dalam menentukan niat berkunjung ke *cafe*. Generasi Z yang dikenal sebagai *digital natives* cenderung mempercayai konten yang bersifat visual, autentik, dan berasal dari pengalaman pengguna lain. Dalam konteks ini, *User-Generated Content* (UGC) dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) menjadi faktor penting yang berpotensi memengaruhi terbentuknya *visit intention* ke *cafe*. Kota Malang sebagai kota pendidikan dengan pertumbuhan *cafe* yang pesat menjadikan mahasiswa Generasi Z sebagai segmen yang relevan untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *User-Generated Content* (UGC) dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) di TikTok, baik secara parsial maupun simultan, terhadap *visit intention* ke *cafe* pada Generasi Z, khususnya mahasiswa di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Generasi Z di Kota Malang yang menggunakan TikTok. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert empat poin. Variabel yang diteliti meliputi *User-Generated Content* (X_1), *Electronic Word of Mouth* (X_2), dan *Visit Intention* (Y). Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *User-Generated Content* (UGC) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *visit intention* ke *cafe* pada mahasiswa Kota Malang. *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *visit intention* ke *cafe* pada mahasiswa Kota Malang. Selain itu, secara simultan *User-Generated Content* (UGC) dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) berpengaruh signifikan terhadap *visit intention* ke *cafe* yang menunjukkan bahwa kombinasi konten autentik dan interaksi sosial digital di TikTok mampu membangun persepsi positif, kepercayaan, serta dorongan niat berkunjung mahasiswa ke *cafe*.

Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa *User-Generated Content* (UGC) dan *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) di TikTok memiliki peran strategis dalam membentuk *visit intention* Generasi Z ke *cafe*. Oleh karena itu, pelaku usaha *cafe* disarankan untuk mendorong terciptanya konten autentik dari pengguna serta mengelola interaksi dan ulasan digital secara positif di TikTok guna meningkatkan niat kunjungan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain serta memperluas objek dan wilayah penelitian.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan berkah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Maksud dan tujuan penulis menyusun Tugas Akhir adalah untuk melengkapi persyaratan yang harus diambil sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Sarjana Bisnis Digital.

Dengan terselesaikannya Tugas Akhir ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Awan Uji Krismanto, ST., MT., Ph.D. selaku Rektor Institut Teknologi Nasional Malang.
2. Dr.Eng. I Komang Somawirata, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang.
3. Dr. Agung Panji Sasmito, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas ilmu, arahan, dukungan, serta fasilitas selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Reiny Ditta Myartanti, ST., MT. selaku Sekretaris Program Studi Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi Nasional Malang. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas ilmu, arahan, dukungan, serta fasilitas selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dra. Sri Indriani, MM. selaku dosen pembimbing 1. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Indriani, yang telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan memberikan bimbingan, arahan, perhatian serta motivasi sehingga menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Firda Meisaroh, SE., MM. selaku dosen pembimbing 2. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Firda, yang sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan memberikan bimbingan, arahan, perhatian serta motivasi menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Berkat bimbingan yang penuh ketelitian dan kesabaran membuat penulis mampu melewati berbagai kendala dalam proses penelitian dan penulisan.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen Program Studi Bisnis Digital S-1 Institut Teknologi

Nasional Malang. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas ilmu, wawasan, pengalaman, serta bimbingan selama masa perkuliahan. Ilmu dan pembelajaran yang diberikan menjadi bekal yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini.

8. Seluruh mahasiswa Kota Malang, selaku responden penelitian. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan dan partisipasi yang diberikan dalam pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga semua kebaikan mendapatkan balasan.
9. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis tercinta dan tersayang, Bapak Lalu Izdiat Umzi dan Ibu Baiq Sri Indrayani. Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya atas segala doa yang tidak pernah putus, cinta dan kasih sayang yang tulus, dukungan moral maupun material, pengorbanan yang begitu besar, serta motivasi yang tiada henti selama ini. Kesabaran, kepercayaan, dan cinta yang diberikan menjadi kekuatan utama bagi penulis dalam menempuh pendidikan hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Tidak ada kata yang mampu menggambarkan betapa berharganya peran kedua orang tua dalam setiap langkah perjalanan penulis. Segala pencapaian yang diraih penulis hingga saat ini tidak terlepas dari peran dan ridha kedua orang tua. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, umur yang berkah, serta membalas segala kebaikan beliau.
10. Mbak dan adik tercinta, Mbak Rayi dan Aqila. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, dukungan, perhatian, serta semangat yang terus diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga penyusunan skripsi ini. Kebersamaan, canda tawa, dukungan moral dan kehadiran kalian menjadi sumber motivasi tersendiri bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses perkuliahan dan penelitian.
11. Bapak dan Ibu kos. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas kebaikan, perhatian, serta kenyamanan tempat tinggal, sehingga penulis dapat menempuh pendidikan dengan hari-hari yang tenang dan nyaman.
12. Teman-teman seperjuangan program Studi Bisnis Digital angkatan 2022. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas kebersamaan, dukungan, semangat, serta kerja sama yang telah terjalin selama masa perkuliahan. Berbagai momen

belajar, diskusi, serta saling membantu dalam menghadapi tugas dan tantangan akademik menjadi pengalaman berharga yang tidak terlupakan bagi penulis.

13. Teman-teman organisasi Paguyuban Duta Kampus ITN Malang dan Himpunan Mahasiswa Bisnis Digital. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas pengalaman, kesempatan, serta pembelajaran berharga yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan. Berbagai kegiatan, momen kebersamaan, dan kerja sama yang terjalin telah memberikan pengalaman berharga dan warna tersendiri dalam perjalanan akademik penulis.
14. Teman-teman Kos Cemara, Intan, Ina, Lusi dan Deti. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kebersamaan, dukungan, perhatian, serta semangat yang selalu diberikan selama penulis menempuh pendidikan. Kehangatan, canda tawa, dan sikap saling membantu selama tinggal bersama menjadi penyemangat dan memberikan kenyamanan bagi penulis, menciptakan kenangan berharga yang mewarnai hari-hari baik dalam suka maupun duka. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi, saling menyemangati, dan berjalan bersama hingga titik ini, semangat dan sukses terus untuk kedepannya.
15. Member *Three Girls*, Meisyah dan Fatma. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas kebersamaan, dukungan, perhatian, serta semangat yang selalu diberikan selama perjalanan perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian mewarnai hari-hari penulis, baik dalam suka maupun duka, dan setiap canda tawa, cerita, serta saling menguatkan menjadi kenangan berharga yang tak terlupakan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi, saling menyemangati, dan menemani hingga titik ini, semangat dan sukses terus untuk kedepannya.
16. Member Suka-Suka, Dian, Meisyah dan Haries. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas kebersamaan, dukungan, perhatian, serta semangat yang selalu diberikan selama perjalanan perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian sebagai teman jalan dan berbagi cerita memiliki makna dan tersendiri bagi penulis. Keceriaan, petualangan, dan mencoba berbagai hal baru bersama kalian selalu membuat penulis bahagia, memberikan warna tersendiri dan kenangan berharga dalam hari-hari penulis. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi, saling menyemangati, dan berjalan bersama hingga titik ini, semangat dan sukses terus untuk kedepannya.

17. Kepada seseorang yang namanya tidak dapat penulis sebutkan. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kebersamaan, perhatian, dukungan, serta menjadi *first experience* bagi penulis sejak awal masa perkuliahan hingga pada titik akhir perjalanan ini. Sosok tersebut telah memberikan warna, makna, dan kenangan berharga tersendiri, menjadi salah satu bagian membahagiakan penulis dari proses pendewasaan ini. Canda tawa, kehangatan, rasa tanggung jawab, kepekaan, kenyamanan, kebaikan hati yang kerap diwujudkan melalui perhatian dan pemberian di berbagai kesempatan menjadi bagian berharga dan dukungan yang turut menguatkan penulis dalam setiap proses. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi dan berjalan bersama hingga titik ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan yang terbaik bagi dirinya dan penulis, serta semoga ia senantiasa sukses, bahagia dan semesta mempertemukan kembali pada momen-momen terbaik.

18. Kepada diri penulis sendiri, Baiq Isnina Latifa, gadis kecil si penyuka warna pink dan matcha. Terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya telah bertahan, melewati setiap tantangan dan kelelahan selama perjalanan hidup yang panjang ini. Terima kasih telah terus berjuang meski kadang ragu, lelah, atau merasa tidak sanggup, selalu sabar menata langkah, belajar, dan berusaha menjadi lebih baik setiap harinya. Perjalanan ini membentuk keteguhan hati, keberanian, dan ketekunan, menjadikan diri lebih dewasa, kuat, dan bijaksana. Semoga diri penulis selalu dikuatkan, bahagia, semangat, sukses selalu dan terus tumbuh menjadi versi terbaik, menghargai setiap momen dan pembelajaran dengan rasa syukur dan cinta pada diri sendiri.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis sadar bahwa masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran kepada pembaca yang mungkin sangat berguna untuk membangun kesempurnaan penelitian ini.

Penulis,

Baiq Isnina Latifa
NIM. 2219006

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Batasan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Definisi Operasional.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i> – TPB).....	14
2.2 <i>User-Generated Content</i> (UGC).....	15
2.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> (e-WOM).....	16
2.4 <i>Visit Intention</i>	18
2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Kerangka Penelitian dan Hipotesis	23
BAB III METODE.....	27
3.1. Rancangan Penelitian.....	27
3.2. Populasi dan Sampel	27
3.3. Variabel Penelitian.....	29
3.4. Instrumen Penelitian.....	31
3.5. Pengumpulan Data	32
3.6. Pengolahan Data.....	33
3.7. Analisis Data	34
3.8. Diagram Alir Penelitian	38

BAB IV PEMBAHASAN.....	39
4.1. Paparan Hasil dari Pengumpulan Data.....	39
4.2. Hasil Analisis Data.....	53
4.3. Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP.....	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79
RIWAYAT HIDUP	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Pengguna Tiktok di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	26
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian.....	38
Gambar 4.1 Histogram Variable Visit Intention.....	55
Gambar 4.2 P-Plot Variable Visit Intention.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Skor Penilaian Skala Likert.....	31
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	41
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	46
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap User-Generated Content (UGC) (X1)	47
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Electronic Word of Mouth (e-WOM) (X2)	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Visit Intention (Y)	52
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.12 Uji Linearitas User-Generated Content (UGC)	58
Tabel 4.13 Uji Linearitas Electronic Word Of Mouth (e-WOM)	58
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.15 Uji T	62
Tabel 4.16 Uji F	64
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi (R ²)	65