

RINGKASAN

Lailatul Munawaroh. Program Studi Administrasi Bisnis. Universitas Yudharta Pasuruan, Februari 2023. Pengaruh Media Sosial Tiktok dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Waroeng Sumringah Pandaan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Media Sosial Tiktok dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian *assosiatif* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sumpling*, yaitu teknik menentukan sampel dengan menggunakan tujuan atau pertimbangan tertentu dalam pemilihannya.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa Media sosial Tiktok dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung dengan koefisien determinasi sebesar 0,427 atau 42,7%. Media sosial Tiktok dan keputusan berkunjung berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Lokasi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan hal ini dikarenakan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($1,947 < 1,983$) dan nilai probabilitas lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,054 > 0,05$). Nilai koefisien determinasi media social tiktok, lokasi dan keputusan berkunjung terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,427 atau 42,7%.

Kata kunci: Media Sosial TikTok, Lokasi, Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Pelanggan.

SUMMARY

Lailatul Munawaroh. *Study Program Business Administration. Yudharta Pasuruan University, February 2023. Effect of TikTok Social Media and Location on Visiting Decisions and Customer Satisfaction (Case Study at Waroeng Sumringah Pandaan).*

This studi aims to determine the effect of TikTok Social Media (X1) and Location (X2) on Visiting Decisions (Y1) and Customer Satisfaction (Y2). This type of research is associative research using a quantitative approach, the data collection technique used is a questionnaire. The sample used in this study was 97 respondents using the purposive sampling method, namely the technique of determining the sample using certain objectives or considerations in the selection.

Based on the results of this study, it can be seen that Tiktok social media and location have a positive and significant effect on Visit Decisions with a coefficient of determination of 0.427 or 42.7%. Tiktok social media and attendance decisions have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, while Location has a positive and insignificant effect on Customer Satisfaction. ($0.054 > 0.05$). The coefficient of determination of social media tiktok, location and visiting decisions on customer satisfaction is 0.427 or 42.7%.

Keywords: TikTok Social Media, Location, Visit Decision and Customer Satisfaction