

ANALISIS PERILAKU PENGGUNA TIKTOK *SHOP* MENGUNAKAN *HEDONIC-MOTIVATION SYSTEM* *ADOPTION MODEL* (HMSAM)

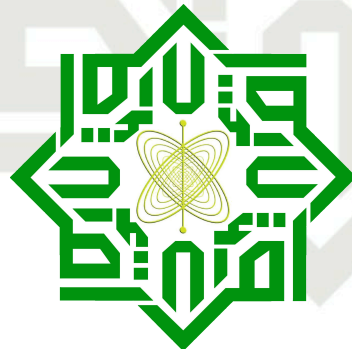
TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

LYDIA WINATA HARAHAP

11950321561



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU

2024

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PERILAKU PENGGUNA TIKTOK SHOP
MENGUNAKAN HEDONIC-MOTIVATION SYSTEM
ADOPTION MODEL (HMSAM)**

TUGAS AKHIR

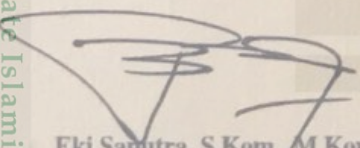
Oleh:

LYDIA WINATA HARAHAP.

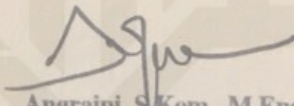
11950321561

Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 05 Januari 2024

Ketua Program Studi


Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.
NIP. 198307162011011008

Pembimbing


Angraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D.
NIP. 198408212009012008

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PERILAKU PENGGUNA TIKTOK SHOP MENGUNAKAN HEDONIC-MOTIVATION SYSTEM ADOPTION MODEL (HMSAM)

TUGAS AKHIR

Oleh:

LYDIA WINATA HARAHAP

11950321561

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Pekanbaru, pada tanggal 05 Desember 2023

Pekanbaru, 05 Desember 2023

Mengesahkan,

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.

NIP. 198307162011011008

Dr. Hartono, M.Pd.

NIP. 196403011992031003

DEWAN PENGUJI:

Ketua : Syaifullah, SE., M.Sc.

Sekretaris : Angraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D.

Anggota 1 : Siti Monalisa, ST., M.Kom.

Anggota 2 : Mona Fronita, S.Kom., M.Kom.



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERNYATAAN

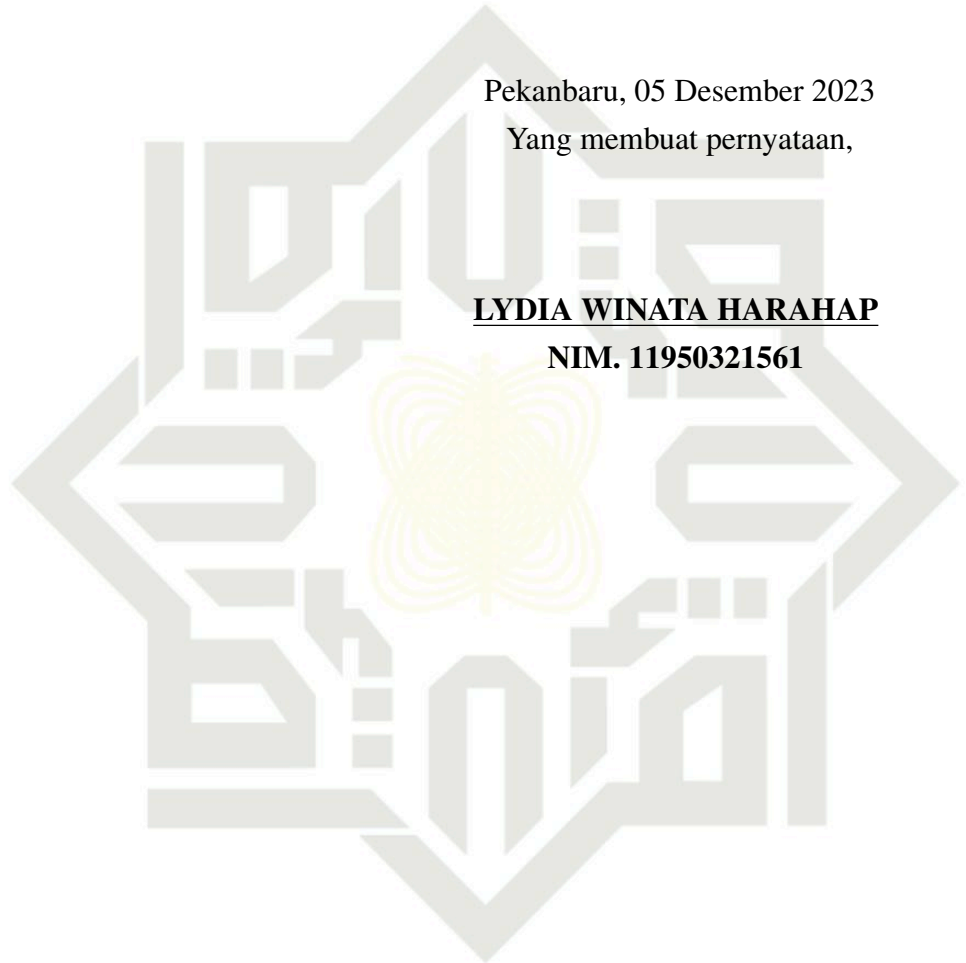
Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 05 Desember 2023

Yang membuat pernyataan,

LYDIA WINATA HARAHAHAP

NIM. 11950321561



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Aku lambat bukan berarti gagal. Jalanku pelan-pelan bukan berarti aku gak akan sampai tujuan. Melalui proses panjang yang aku jalani aku lebih banyak belajar untuk sabar. Memaknai setiap proses demi proses yang aku jalani bahwa keinginanmu yang ingin segera harus rela diperpanjang lebih lama. Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. “Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelahmu itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa dengan yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan” (Boy Candra) “Terbentur, terbentur, terbentur, terbentur”.

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling indah dalam Laporan Tugas Akhir ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucap syukur atas Rahmat Allah *Subhanahu Wa Ta’ala*, Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan sebagai tanda ungkapan terima kasih kepada tercinta Ayahanda Hadenggan Harahap dan Ibunda Jurhani. Selalu menjadi penyemangat, sandaran terkuat dari kerasnya dunia, dan tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis. Untuk yang tercinta ketiga saudara-saudari, Irma Haya Harahap, Muhammad Farid Harahap, dan Mery Maulida Avisia Harahap. Terima kasih atas segala doa dan motivasi yang kalian berikan kepada kakak pertama kalian ini.

Terima kasih penulis ucapkan untuk teman-teman SIF E 2019 terkhusus kepada Ayatul Ikhsan selaku kosma yang sangat banyak membantu penulis selama masa perkuliahan ini. Terima Kasih juga untuk Elvi Wulandari, Vina Vamillina, Surya Darma Sebayang, dan seluruh anggota *error line*.

Terima kasih penulis ucapkan untuk Keluarga Besar ROMUSA: Aura Azzahra, Faradila Rahmadani, Ela Ramadani, Nur Asri Khusaini, dan Rosaria Tri Budhi Rahayu. Terima kasih untuk warna-warni yang kalian ukir dihidup penulis.

Terima kasih kepada anggota grup Macing Mania: M. Irwan Hanafi, M. Afdal Muski, dan M. Yoga Pangestu. Terima kasih telah menemani masa akhir perkuliahan penulis. Walaupun banyaknya ngeluh dan adu nasibnya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik Nim yang ujungnya 1578. Walaupun diakhir tidak bersama terima kasih untuk kisah yang berkesan selama masa perkuliahan. Terima kasih kepada orang-orang baik yang tidak bisa membersamai hingga akhir.

Semoga kalian semua sehat selalu ya. Semoga bisa bertemu lagi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Solawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad *Sallallahu 'Alayhi Wa-sallama*, beserta keluarga dan para sahabatnya dengan lafaz *Allahumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad Wa'ala Ali Sayyidina Muhammad*, karena jasa beliau yang telah membawa manusia merasakan nikmatnya Islam seperti sekarang ini. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana dan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selama penyusunan Laporan Tugas Akhir, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dan bersedia meluangkan waktunya untuk membantu dalam menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Ibu Siti Monalisa, ST., M.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Sistem Informasi dan sebagai Penguji Satu yang berkenan memberikan saran dan masukan yang berguna untuk penelitian ini.
5. Ibu Megawati, S.Kom., MT sebagai Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat bermanfaat untuk penelitian ini.
6. Ibu Angraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Ibu Mona Fronita, S.Kom., M.Kom sebagai Penguji Dua yang berkenan memberikan saran dan masukan yang berguna untuk penelitian ini.
8. Sebagai ungkapan terima kasih Laporan Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada orang tua tercinta Ayahanda Hadengganan Harahap dan Ibunda Jurhani yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terkuat dari kerasnya dunia yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis. Terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis.

9. Kepada cinta kasih ketiga saudara-saudari, Irma Haya Harahap, Muhammad Farid Harahap, dan Mery Maulida Avisia Harahap. Terima kasih atas segala doa dan motivasi yang kalian berikan kepada kakak pertama kalian ini.
10. Terima kasih kepada teman seperjuangan SIF E Angkatan 2019.
11. Terima kasih kepada keluarga besar Rombongan, yang telah memberikan warna-warni dalam kehidupan penulis yang gelap dan terima kasih kepada orang-orang baik yang tidak bisa kebersamai penulis sampai selesai.
12. Terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu selama proses pembuatan karya tulis Tugas Akhir ini.

Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis terkhususnya pada pembaca. Penulis berharap mendapatkan masukan dari pembaca atas isi Laporan Tugas Akhir ini. Kritik dan saran tersebut dapat pembaca sampaikan ke alamat email penulis: 11950321561@students.uin-suska.ac.id. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 05 Desember 2023
Penulis,

LYDIA WINATA HARAHAP
NIM. 11950321561

UIN SUSKA RIAU

ANALISIS PERILAKU PENGGUNA TIKTOK *SHOP* MENGUNAKAN *HEDONIC-MOTIVATION SYSTEM* *ADOPTION MODEL (HMSAM)*

LYDIA WINATA HARAHAP
NIM: 11950321561

Tanggal Sidang: 05 Desember 2023
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi niat beli pengguna dalam berbelanja *online* di TikTok *Shop*. Model yang digunakan adalah *Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM)* yang mengintegrasikan variabel-variabel seperti *Control (CTL)*, *Curiosity (CUR)*, *Joy (JOY)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, *Behavioral Intention to Use (BIU)*, *Focus Immersion (FI)*, dan *Perceived Usefulness (PU)*. Data penelitian dikumpulkan dari 222 responden dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Hasilnya menunjukkan bahwa CTL, PEOU, CUR, JOY, dan PU memiliki pengaruh terhadap BIU. Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajemen TikTok *Shop* dalam merancang strategi pemasaran, pengalaman pengguna, dan pengembangan *platform*. Aplikasi TikTok *Shop* dapat fokus pada meningkatkan kendali pengguna, menumbuhkan rasa ingin tahu, menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, meningkatkan kemudahan penggunaan, dan memastikan kegunaan yang dirasakan oleh pengguna. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman perilaku pengguna dalam berbelanja *online* di TikTok *Shop*.

Kata Kunci: TikTok *Shop*, *Hedonic-Motivation System Adoption Model*, Perilaku Berbelanja *Online*.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**(BEHAVIOR ANALYSIS OF TIKTOK SHOP USERS USING
HEDONIC-MOTIVATION SYSTEM ADOPTION MODEL
(HMSAM))**

**LYDIA WINATA HARAHAHAP
NIM: 11950321561**

*Date of Final Exam: December 05th 2023
Graduation Period:*

*Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influencing variables User purchase intentions when shopping online at TikTok Shop. Model that used is the Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM). integrating variables such as Control (CTL), Curiosity (CUR), Joy (JOY), Perceived Ease of Use (PEOU), Behavioral Intention to Use (BIU), Immersion (FI), And Perceived Usefulness (PU). Research data was collected from 222 respondents from students at Sultan Syarif State Islamic University Riau Eunuch and Riau University. Data analysis carried out using SmartPLS software. The results show that CTL, PEOU, CUR, JOY, and PU have an influence on BIU. This research has implications important for TikTok Shop management in designing marketing strategies, user experience, and platform development. TikTok App Shop can focus on increases user control, fosters curiosity, creates enjoyable shopping experience, increasing ease of use, and ensure the usefulness perceived by the user. Thus, research this makes an important contribution to the understanding of user behavior shop online at TikTok Shop

Keywords: *TikTok shop, Hedonic-Motivation System Adoption Model, Online Shopping Behavior*

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
LANDASAN TEORI	5
2.1 Perilaku Konsumen	5
2.2 Sejarah TikTok Shop	5
2.3 <i>Hedonic-Motivation System Adoption Model</i> (HMSAM)	6
2.4 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	8
2.5 Penelitian Terdahulu	9

3	METODOLOGI PENELITIAN	12
3.1	Proses Alur Penelitian	12
3.2	Tahap Pendahuluan	13
3.2.1	Menentukan Objek Penelitian	13
3.2.2	Menentukan Judul Penelitian	13
3.3	Tahap Perencanaan	13
3.3.1	Mengidentifikasi Masalah	13
3.3.2	Menentukan Tujuan Penelitian	13
3.3.3	Menentukan Metode yang Digunakan	13
3.3.4	Menentukan Data yang Dibutuhkan	13
3.4	Tahap Pengumpulan Data	14
3.4.1	Menentukan Populasi dan Sampel	14
3.4.2	Menyebarkan Kuesioner	14
3.5	Tahap Pengolahan Data dan Analisis Data	15
3.5.1	Mengelolah Data	15
3.5.2	Tahap Analisis dan Pembahasan	15
3.6	Tahap Dokumentasi	17
4	ANALISIS DAN HASIL	18
4.1	Metode Pengumpulan Data	18
4.1.1	Waktu dan Tempat Pengumpulan Data	18
4.1.2	Karakteristik Responden	18
4.2	Kerangka Konseptual	19
4.3	Analisis Data	20
4.4	Evaluasi <i>Outer Model</i>	20
4.4.1	Validitas Konvergen	21
4.4.2	Validitas Diskriminan	23
4.4.3	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	24
4.4.4	Uji Reliabilitas	25
4.4.5	Evaluasi <i>Inner Model</i>	25
4.4.6	Hasil Hipotesis	27
5	PENUTUP	32
5.1	Kesimpulan	32
5.2	Saran	32

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

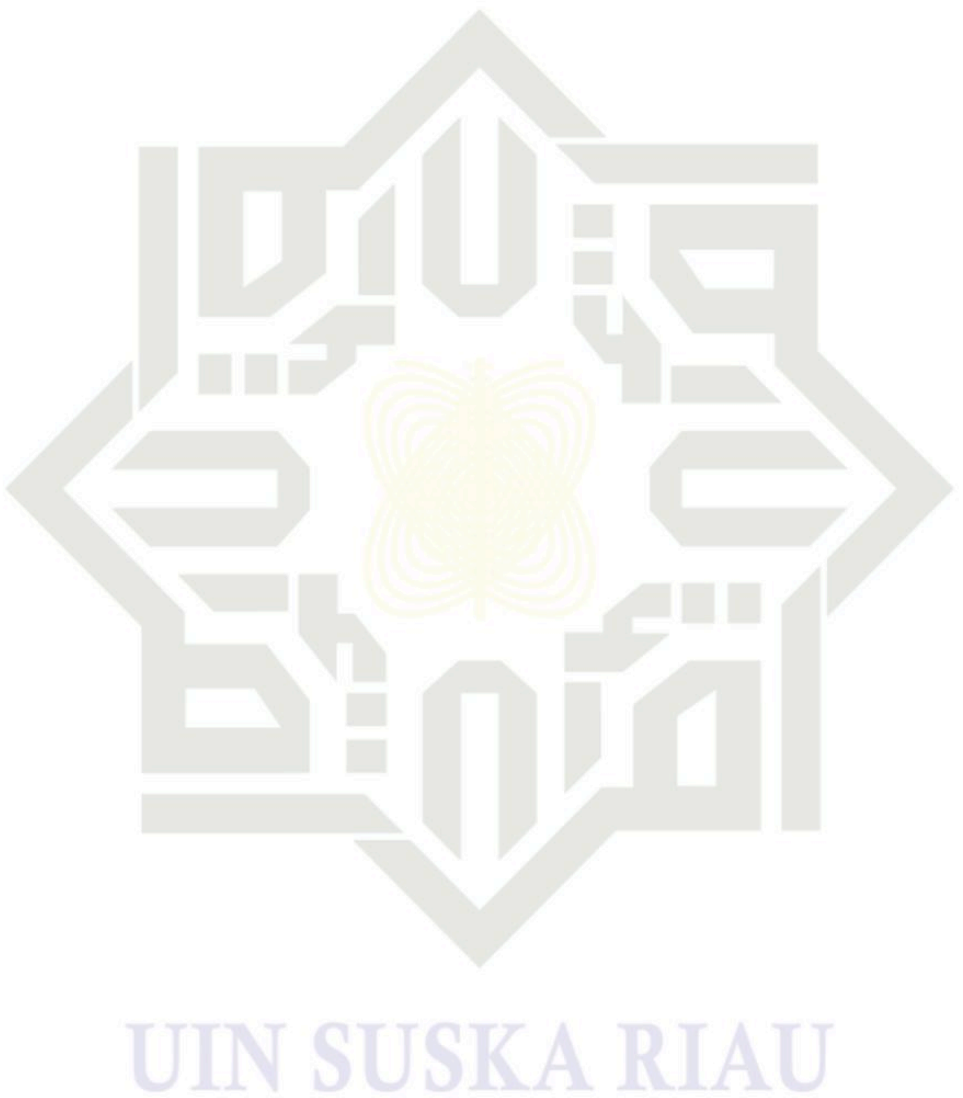
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A - 1

B - 1

LAMPIRAN A FORM KUESIONER

LAMPIRAN B DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

3.1	Metodologi Penelitian	12
3.2	Hipotesis Penelitian	16
4.1	Kerangka Konseptual	20
4.2	Validitas Konvergen	21
4.3	<i>Outer Loading</i>	22
B.1	Kuesioner Penelitian berupa <i>Google Form</i>	B - 1
B.2	Kuesioner Penelitian berupa <i>Hardcopy</i>	B - 1
B.3	Pengambilan Data Responden di Universitas Riau	B - 2
B.4	Pengambilan Data Responden di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	B - 3
B.5	Tabel Penentuan <i>Sample</i> (Krejcie dan Morgan, 1970)	B - 4

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

2.1	Variabel Item Kuesioner (Oluwajana, 2019)	7
4.1	Waktu dan Tempat Pengumpulan Data	18
4.2	Karakteristik Responden	18
4.3	Indikator Tidak Valid	21
4.4	<i>Outer Loading</i>	23
4.5	<i>Cross Loading</i>	23
4.6	<i>Average Variance Extracted</i>	24
4.7	<i>Composite Relability dan Cronbach's Alpha</i>	25
4.8	Hasil <i>R-Square</i>	26
4.9	Hasil <i>F-Square</i>	26
4.10	Hasil Hipotesis	27
A.1	Identitas Responden	A - 1
A.2	Petunjuk Pengisian	A - 2

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR SINGKATAN

E-WOM	:	<i>Electronic Word of Mouth</i>
HMSAM	:	<i>Hedonic Motivation System Adoption Model</i>
HMS	:	<i>Hedonic Motivation System</i>
UTAUT	:	<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>
TPB	:	<i>Theory of Planned Behaviour</i>
TAM	:	<i>Technology Acceptance Model</i>
SEM	:	<i>Structural Equation Model</i>
PLS	:	<i>Partial Least Squares</i>
GLE	:	<i>Gemified Learning Environment</i>
VoD	:	<i>Video on Demand</i>
CTL	:	<i>Control</i>
CUR	:	<i>Curiosity</i>
PEOU	:	<i>Perceived Ease of Use</i>
BIU	:	<i>Behavioral Intention to Use</i>
FI	:	<i>Focus Immersion</i>
PU	:	<i>Perceived Usefulness</i>
CA	:	<i>Cronbach's Alpha</i>
CR	:	<i>Composite Reliability</i>
AVE	:	<i>Average Variance Extracted</i>

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dunia teknologi pada saat ini menuntut adanya internet selaku fasilitas komunikasi, pertukaran informasi, serta media pencarian data yang banyak diminati oleh tiap golongan khususnya digenerasi milenial (Simanjourang dan Nawawi, 2022). Adanya aplikasi dan situs *e-commerce* kini kita tidak perlu mengunjungi toko secara langsung untuk berbelanja karena telah muncul beragam *platform* yang memudahkan kita untuk belanja secara *online* (Maharani, Hoediansyah, Salsabilla, dan Siswantoro, 2022).

Saat ini fenomena belanja melalui media sosial atau *social commerce* semakin marak. Mengingat peran besar media sosial dalam mengarahkan perhatian publik (Ren, Dong, Popovic, Sabnis, dan Nickerson, 2022). Melalui TikTok yang membagikan video dan interaksi sosial, dimana pengguna dapat saling berkomunikasi disana hanya melalui media sosial atau *online* yaitu proses *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) yang merupakan media informasi *online* yang dapat digunakan perusahaan untuk mempromosikan produk yang dijual melalui media sosial (Arista dan Lasmama, 2019). TikTok *Shop* merupakan layanan dari media sosial. TikTok dipilih menjadi *Social Commerce* nomor 1 saat ini. Berdasarkan hasil survei Populix September 2022, pengalaman pengguna disosial media TikTok *Shop* menjadi peringkat pertama dengan 54% pernah menggunakan dan 54% pertimbangan untuk menggunakan. Populix melakukan survei terhadap 1020 responden diseluruh Indonesia dengan rentan usia mulai dari 18 sampai 55 tahun, dengan pengguna terbanyak pada usia 18 sampai 25 tahun. Survei dilakukan mulai dari tanggal 28 Juli sampai 9 Agustus 2022 (Populix, 2020).

Hasil survei yang telah dilakukan penulis dengan 32 responden mahasiswa di beberapa universitas di Pekanbaru. Penulis menemukan kesimpulan bahwa 85,7% pernah berbelanja di TikTok *Shop* dengan beberapa faktor yang mempengaruhi seperti rasa ingin tahu, kemudahan, kesenangan, kelengkapan, dan kepuasan (data yang telah diolah). Salah satu alasan dari pengguna “karna di TikTok *Shop* bisa melihat *review* produk terlebih dahulu baru berbelanja jadi ketika produk itu datang tidak ada kekecewaan” dan “Karena ada *review* langsung”. *Quality* produk sangat dibutuhkan untuk memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan konsumen karena menjadi hal utama agar produk lebih disukai oleh pelanggan dan untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk (Rahmawati, Yuniarta, Rahmawati, dkk., 2023).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TikTok *Shop* adalah *platform* belanja yang memungkinkan pengguna TikTok berjualan dengan memamerkan dan menjual produk secara langsung di TikTok melalui video *in-feed*, *live*, dan *showcase* produk. Pada September 2021 TikTok resmi merilis TikTok *Shop* dalam acara TikTok *World*. Sebulan setelah rilis penjualan di TikTok *Shop* Indonesia berhasil meningkat hingga 345 persen saat program *shopping* 10.10 dari 4 hingga 10 Oktober 2021 (Nurul, 2022).

Untuk mengerti konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus mengerti apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan apa yang mereka rasakan, apa yang mereka lakukan (perilaku), serta dimana (kejadian disekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh konsumen menurut Setiadi 2008 (Nofri dan Hafifah, 2018). Hal tersebut dapat diketahui dengan cara menggunakan model *Hedonic-Motivation System Adoption Model* (HMSAM).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hedonis atau hedonisme merupakan pandangan yang menganggap bahwa setiap kesenangan dan kenikmatan dalam bentuk materi merupakan tujuan utama dalam hidup seseorang. Menurut Venkatesh et al (2012) yang dikutip dari (To, Liao, dan Lin, 2007), *Hedonic-Motivation* adalah kesenangan atau kenikmatan yang didapat dari penggunaan suatu teknologi. Motivasi hedonis mengacu pada perilaku konsumsi untuk mencari kebahagiaan, fantasi, kebangkitan, sensualitas, dan kenikmatan. Manfaat motivasi hedonis bersifat eksperiensial dan emosional (To dkk., 2007).

Hedonic-Motivation System Adoption Model secara umum, merupakan kombinasi dari *Hedonic Motivation System* (HMS), kemudahan pengguna dan niat perilaku untuk menggunakan dimana *Hedonic-Motivation System* berfungsi sebagai kunci untuk model penerimaan teknologi dengan studi bersamaan dengan motivasi pengguna (Oluwajana, Idowu, Nat, Vanduhe, dan Fadiya, 2019). *Hedonic-Motivation System Adoption Model* adalah model penerimaan sistem khusus *Hedonic-Motivation System* yang didasarkan pada perspektif teoretis alternatif (Lowry, Gaskin, Twyman, Hammer, dan Roberts, 2012). Dengan menerangi perspektif teoretis alternatif dan memberikan bukti untuk batasan teoretis penting bahwa studi penerimaan sistem terus memberikan kontribusi yang berarti (Venkatesh dan Bala, 2008).

Penelitian sebelumnya pada aplikasi *Video on Demand* (VoD) dengan menggunakan model adopsi *Hedonic-Motivation System* bahwa keberhasilan penerapan VoD berdasarkan hipotesis yang diukur menunjukkan bahwa faktor-faktor PEOU, CTL, dan JOY berpengaruh besar terhadap kepuasan pengguna dan memenuhi unsur intrinsik manusia yang merupakan kebutuhan hedonis (Huda, Hi-

dayah, Hersyaf, Sujoko, dkk., 2020).

Theory of Planned Behaviour (TPB) sebagai model ukur untuk mengetahui bagaimana niat perilaku mahasiswa dalam belanja *online* menggunakan aplikasi TikTok pada mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis menggunakan SEM diketahui bahwa sikap terhadap perilaku tidak mempengaruhi niat mahasiswa dalam berbelanja *online* menggunakan aplikasi TikTok. Sedangkan norma, kontrol kepri-lakuan dan niat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok (Maharani dkk., 2022).

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi TikTok *Shop* untuk berbelanja. Maka penelitian yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir dengan judul Analisis Perilaku Pengguna TikTok *Shop* Menggunakan *Hedonic-Motivation System Adoption Model*.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini mencakup variabel apa saja yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi TikTok *Shop* untuk berbelanja dengan menggunakan *Hedonic-Motivation System Adoption Model*.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Aplikasi yang diteliti TikTok *Shop*.
2. Objek penelitian ini mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau yang menggunakan TikTok *Shop* yang rentang usia dimulai dari 19 sampai 22 tahun, dan memiliki pemasukan perbulan minimal sebanyak Rp. 1,5 juta.
3. Data yang diperoleh dari kuesioner *online* dan *offline* yang dibagikan kepada mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau.
4. *Tools* yang digunakan SmartPLS.

1.4 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui variabel apa saja yang paling mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi TikTok *Shop* untuk berbelanja.

1.5 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Dapat mengetahui bagaimana perilaku pengguna sistem untuk masa depan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada aplikasi TikTok *Shop*.

2. Dapat mengetahui variabel-variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap motivasi intrinsik pengguna aplikasi TikTok *Shop* menggunakan *Hedonic-Motivatin System Adoption Model*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistem penulisan laporan ini dibagi menjadi 5 (lima) bab. Adapun penjelasan setiap bab adalah sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Pada Bab 1 terdiri dari: (1) Latar Belakang; (2) Rumusan Masalah; (3) Batasan Masalah; (4) Tujuan; (5) Manfaat; dan (6) Sistematika Penulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Pada Bab 2 terdiri dari: (1) Perilaku Konsumen; (2) Sejarah TikTok *Shop*; (3) *Hedonic-Motivation System Adoption Model*; (4) *Structural Equation Modeling*; dan (5) Penelitian Terdahulu.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab 3 terdiri dari: (1) Proses Alur Penelitian; (2) Pendahuluan; (3) Perencanaan; (4) Pengumpulan Data; (5) Pengolahan Data dan Analisis Data; dan (6) Dokumentasi.

BAB 4. ANALISA DAN HASIL

Pada Bab 4 ini membahas mengenai analisis data dan analisis hasil penelitian tentang perilaku pengguna TikTok *Shop* menggunakan metode *Hedonic-Motivation System Adoption Model*.

BAB 5. PENUTUP

Pada Bab 5 terdiri dari: (1) Kesimpulan; dan (2) Saran.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumen

Menurut Setiadi (2008) untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, penting untuk memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (afeksi), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan serta dimana (kejadian disekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan konsumen tersebut (Nofri dan Hafifah, 2018). Menurut Swasta dan Handoko (dalam Adnan, 2019), perilaku konsumen adalah sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan penentu kegiatan-kegiatan tersebut.

The American Marketing Association dalam Peter dan Olson (2013) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran perilaku dan lingkungan tempat manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Sedangkan perilaku konsumen menurut Engel (2010) perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses mendahului dan menyusul tindakan ini.

Menurut Kosasih, et al. (2013) dalam Miauw (2016) perilaku konsumen adalah tentang bagaimana individu, kelompok, ataupun organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Berdasarkan pada pandangan-pandangan tersebut, maka dapat dimengerti bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan individu, kelompok, ataupun organisasi sebagai konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhan.

2.2 Sejarah TikTok Shop

Aplikasi TikTok pertama kali diluncurkan pada tahun 2016 oleh Zhang Yiming yang merupakan produk atau hasil dari perusahaan *ByteDance*. Program ini sebelumnya bernama Douyin dan menjadi terkenal di China (Iqbal, 2021). Karena kepopulerannya program Douyin mulai meluas dan menyebar ke beberapa negara, dimana program tersebut kemudian mendapat nama baru yaitu Tiktok (Simanjong dan Nawawi, 2022). TikTok merupakan media sosial berbasis video yang sangat populer saat ini (Erwanti dan Putri, 2022). TikTok menyuguhkan elemen jejaring

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial dan *platform* berbagi video untuk memberikan cara baru dalam mewujudkan nilai bagi konsumen (Ma dan Hu, 2021). Salah satu fitur yang disediakan TikTok yang terbaru yaitu *TikTok Shop*.

TikTok Shop adalah *platform* belanja yang memungkinkan pengguna TikTok berjualan dengan memamerkan dan menjual produk secara langsung di TikTok melalui video *in-feed*, *live*, dan *showcase* produk. Pada September 2021, TikTok resmi merilis *TikTok Shop* dalam acara *TikTok World*. Sebulan setelah rilis, penjualan di *TikTok Shop* Indonesia berhasil meningkat hingga 345 persen saat program shopping 10.10 dari 4 hingga 10 Oktober 2021. Dibandingkan dengan pekan sebelumnya, menurut laporan *bisnis.com* (Burhan, 2020).

TikTok Shop menyediakan sebagian besar layanan yang hampir sama dengan *e-commerce* dan *marketplace* yang ada. Namun *TikTok Shop* menawarkan harga yang berbeda, dimana harga yang ditawarkan lebih rendah dari pada *e-commerce* dan *marketplace* yang sudah ada, menawarkan promosi yang menarik untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan. Kemudian *TikTok Shop* memberikan promo yang menarik bahkan diskon besar-besaran dan gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia. Banyak orang terutama milenial dan gen Z lebih memilih berbelanja *online* pada *TikTok Shop* dari pada *marketplace* yang ada (Sa'adah, Rosma, dan Aulia, 2022).

2.3 Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM)

Hedonic-Motivation System Adoption Model merupakan teori sistem informasi untuk mengembangkan pemahaman penggunaan *Hedonic-Motivation System*. Model ini diusulkan oleh penelitian masa lalu dan dikenal sebagai model Van Der Heijden. Sistem motivasi hedonis digunakan untuk memenuhi motivasi intrinsik pengguna seperti jejaring sosial (Huda dkk., 2020).

Hedonic-Motivation System Adoption Model adalah model penerimaan *Hedonic-Motivation System* yang didasarkan sebagai alternatif perspektif teoretis lainnya seperti *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. *Hedonic-Motivation System Adoption Model* dikembangkan untuk mengatasi motivasi intrinsik yang mendasari pengguna dalam konteks berorientasi proses terutama di *game online*, dunia virtual, jejaring sosial, dan lingkungan belajar yang digamifikasi. *Hedonic-Motivation System Adoption Model* secara umum, merupakan kombinasi dari *Hedonic-Motivation System*, PEOU dan BIU dimana HMS berfungsi sebagai mediator kunci untuk model penerimaan teknologi dengan studi bersamaan pada motivasi pengguna (Oluwajana dkk., 2019).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam *Hedonic-Motivation System Adoption Model* keinginan seseorang untuk menggunakan suatu sistem informasi ditentukan oleh seberapa besar rasa ingin tahu dan kegembiraan yang mereka rasakan ketika menggunakan sistem tersebut. Variabel utama model HMSAM juga dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan saat menggunakan sistem *Perceived Ease of Use*. Kemudian untuk seberapa puas seseorang ketika menggunakan sistem *satisfaction* dipengaruhi oleh *curiosity*, *joy*, dan *control* yang dimiliki oleh pengguna (Huda dkk., 2020). Variabel dan indikator penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Variabel Item Kuesioner (Oluwajana, 2019)

Variabel	Indikator	Items
Kesenangan	JOY 1	Saya menemukan berbelanja itu menyenangkan.
	JOY 2	Saya bersenang-senang berbelanja menggunakan TikTok Shop.
	JOY 3	Menggunakan TikTok Shop itu membosankan.
	JOY 4	Berbelanja itu benar-benar membuat saya kesal.
	JOY 5	Pengalaman menggunakan TikTok Shop menyenangkan.
	JOY 6	Berbelanja membuat saya tidak puas.
Kontrol	CTL 1	Saya memiliki banyak kendali.
	CTL 2	Saya dapat memilih dengan bebas apa yang saya inginkan tidak berfokus pada aplikasi TikTok Shop.
	CTL 3	Saya memiliki sedikit kendali atas apa yang bisa saya lakukan.
	CTL 4	Saya memegang kendali.
	CTL 5	Saya tidak memiliki kendali atas interaksi saya.
	CTL 6	Saya diizinkan untuk mengontrol interaksi saya.
<i>Focused Immersion</i>	FI 1	Saya dapat memblokir sebagian besar gangguan lainnya.
	FI 2	Saya asyik dengan apa yang saya lakukan.
	FI 3	Saya fokus saat menggunakan TikTok Shop.
	FI 4	Saya sangat mudah terganggu oleh perhatian lain.
	FI 5	Perhatian saya tidak mudah teralihkan.
Rasa Ingin Tahu	CUR 1	Pengalaman ini membangkitkan rasa ingin tahu saya.
	CUR 2	Pengalaman ini membuat saya penasaran.
	CUR 3	Pengalaman ini membangkitkan imajinasi saya.
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PEOU 1	Interaksi menggunakan TikTok Shop jelas dan mudah dimengerti.
	PEOU 2	Berinteraksi dengan TikTok Shop tidak membutuhkan banyak usaha mental saya.
	PEOU 3	Saya menemukan TikTok Shop bebas masalah.

Table 2.1 Variabel Item Kuesioner (Oluwajana, 2019) (Tabel lanjutan...)

Variabel	Indikator	Items
Dirasakan Kegunaan	PEOU 4	Saya merasa mudah untuk membuat TikTok Shop melakukan apa yang saya inginkan.
	PEOU 5	Belajar mengoperasikan TikTok Shop itu mudah bagi saya.
	PEOU 6	Sangat mudah melakukan apa yang saya inginkan dengan TikTok Shop.
	PEOU 7	Mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam menggunakan TikTok Shop.
	PEOU 8	Saya menemukan TikTok Shop Mudah digunakan.
	PU 1	Menggunakan TikTok Shop mengurangi stres saya.
	PU 2	Menggunakan TikTok Shop membantu saya melewati waktu dengan lebih baik.
	PU 3	TikTok Shop memberikan pelarian yang berguna.
Perilaku Menggunakan	PU 4	TikTok Shop membantu saya berfikir lebih jernih.
	PU 5	TikTok Shop membantu saya merasa diremajakan.
	Niat BIU 1	Saya akan berencana menggunakan TikTok Shop dimasa depan.
	BIU 2	Saya berniat untuk terus menggunakan dimasa mendatang.
	BIU 3	Saya berharap penggunaannya akan berlanjut dimasa mendatang.

2.4 Structural Equation Modeling (SEM)

Structural Equation Model dikenal dengan beberapa nama lain, seperti *covariance structural analysis*, *latent variable analysis*, dan *confirmatory factor analysis model*. *Structural Equation Model* merupakan sebuah metode statistik yang saat ini sangat populer dalam penelitian manajemen karena berbagai keunggulannya (Ginting, 2009). *Structural Equation Modeling* adalah teknik yang sangat berguna untuk mengevaluasi hubungan teoretis yang kompleks antara banyak variabel, terutama ketika melakukan penelitian ilmu sosial (Hair dan Alamer, 2022).

SmartPLS adalah *software* pengolahan data untuk *Structural Equation Modeling* dengan metode *Partial Least Squares* (PLS). *Software* ini dikembangkan oleh Institute of Hamburg Jerman. *Software* ini digunakan untuk menguji hubungan sesama variabel maupun dengan variabel *indicator*. SmartPLS sering digunakan untuk melakukan pengujian olah data kuantitatif oleh para peneliti. *Software* oleh data SmartPLS adalah aplikasi yang dimanfaatkan untuk menganalisis data dengan dasar SEM atau PLS. Aplikasi ini digunakan untuk perhitungan melalui pendekatan.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5 Penelitian Terdahulu

Lowry, P. B., Gaskin, J., Twyman, N., Hammer, B., dan Roberts, T. L. (2013). *Proposing the Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM) to increase understanding of adoption of hedonically motivated systems*. In *Journal of the Association for Information Systems*. Penelitian ini menguji HMSAM menggunakan dua studi. Studi 1 adalah eksperimen pemikiran yang menggunakan skenario dan papan cerita untuk mewakili berbagai pengalaman bermain game untuk menguji HMSAM. Studi 2 menggunakan permainan sebenarnya dalam eksperimen laboratorium terkontrol. Tujuan dari percobaan dan analisis kami adalah untuk menilai sifat psikometri dan hubungan berteori dalam model kami.

Pada penelitian yang dilakukan Oluwajana Dokun et all dengan judul *The Adoption of Students' Hedonic Motivation System Model to Gamified Learning Environment*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, keingintahuan, dan kendali terhadap penggunaan *Gemified Learning Environment* (GLE) dikalangan mahasiswa sarjana dan apa dampak motivasi hedonis siswa terhadap penggunaan GLE dalam pembelajaran. Metode dalam penelitian ini, data diambil dari komponen kuantitatif kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa siswa memperoleh kesenangan dari penggunaan GLE yang secara langsung memfasilitasi niat perilaku melalui berbagai faktor intrinsik GLE, seperti meningkatkan berbagai elemen permainan yang tersedia di *platform*. Selanjutnya, hasil ini mendukung penelitian Van der Heijden bahwa persepsi kesenangan merupakan salah satu penentu niat perilaku untuk menggunakan teknologi. Dengan demikian, kenikmatan atau kesenangan yang ditimbulkan oleh harapan akan imbalan psikologis internal cukup untuk memotivasi dan mempertahankan perilaku pengguna GLE. Implikasi praktis dari hal ini adalah bahwa semakin tinggi *perceived ease of use* GLE, semakin banyak kesenangan yang diberikan kepada mereka saat menggunakan aplikasi dan semakin mereka menunjukkan niat perilaku mereka untuk menggunakan *platform* tersebut. Studi ini telah menunjukkan bahwa ada banyak manfaat menggunakan GLE untuk membantu peningkatan siswa dalam pembelajaran sosial, tingkat penyerapan kognitif, dan pengalaman. Pada akhirnya, sangat penting bahwa pemangku kepentingan pendidikan harus mempromosikan kemudahan penggunaan melalui sensitisasi untuk penerimaan positif di kelas dan komunitas *online* untuk meningkatkan minat dan penggunaan siswa.

Penelitian yang dilakukan Putu, N Maharani et all dengan judul *Analisis Perilaku Mahasiswa Dalam Melakukan Belanja Online Melalui Aplikasi Tiktok*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menggunakan *Theory of Planned Behaviour*. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian terhadap niat perilaku seseorang dalam melakukan belanja *online* menggunakan aplikasi TikTok Khususnya pada mahasiswa. Mahasiswa dipilih berdasarkan dari *rate* pengguna TikTok di Indonesia yang didominasi pada rentang umur 18 sampai 24 tahun. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, dimana data yang diolah didapat dari hasil kuesioner yang sebelumnya telah disebar ke beberapa mahasiswa yang menjadi data utama dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui niat serta perilaku mahasiswa dalam melakukan belanja *online* menggunakan aplikasi TikTok dengan menggunakan model ukur TPB yang didalamnya terdapat lima variabel diantaranya sikap terhadap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, niat perilaku, dan perilaku pembelian. Berdasarkan hasil analisis SEM diketahui bahwa sikap terhadap perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap niat siswa untuk membeli secara *online* melalui aplikasi TikTok, atau dengan kata lain sikap terhadap perilaku tidak berpengaruh terhadap niat beli mahasiswa pada saat menggunakan TikTok *Shop*. Selain itu, standar berpengaruh signifikan terhadap niat siswa untuk membeli secara *online* melalui aplikasi TikTok. Dalam hal ini menunjukkan bahwa niat siswa untuk berbelanja *online* melalui aplikasi TikTok akan meningkat jika mendapatkan dukungan dari orang lain, seperti orang-orang disekitar mereka yang dapat mempengaruhi sikap mereka saat berbelanja *online* menggunakan aplikasi TikTok. Kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap niat siswa untuk membeli secara *online* menggunakan TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan siswa dalam mengontrol perilaku dan kepercayaan diri dalam menggunakan dan membeli secara *online* dengan TikTok, maka semakin besar niat mahasiswa untuk membeli melalui aplikasi TikTok. Akhirnya niat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan perilaku belanja *online* menggunakan aplikasi TikTok, mahasiswa perlu memiliki niat yang baik sebagai pengguna aplikasi TikTok untuk berbelanja melalui aplikasi tersebut. Selain itu, maraknya belanja *online* menggunakan aplikasi TikTok telah digunakan dan diterima dengan baik oleh mahasiswa. Hal ini terlihat pada kuesioner yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa pernah dan cukup sering berbelanja *online* melalui aplikasi TikTok.

Qomarul Huda, M et all (2020). *Analysis of Continuance Use of Video on Demand Applications by Using the Hedonic Motivation System Adoption Model*. 2020 8th International Conference on Cyber and IT Service Management, C-ITSM 2020. Tujuan dari penelitian ini adalah, Untuk menguji hubungan antara PEU sebagai faktor eksternal pada variabel utama model HMSAM. Metode yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan pada penelitian ini adalah Kuantitatif, penelitian ini memiliki dua hasil analisis, yaitu analisis demografi dan analisis statistik. Pertama, peneliti melakukan hasil data demografi dengan mengelompokkan data responden. Kedua, menggunakan kuesioner dengan penyebaran langsung menggunakan media kertas dan penyebaran tidak langsung melalui media sosial menggunakan *Form Google*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pengembangan model (Lowry dan Roberts, 2013) yang dipadukan dengan *Cognitive Absorption* oleh Lowry disebut model adopsi sistem motivasi hedonis (HMSAM) dengan model (Imen Elmezni and Jamel-Eddine Gharbi 2010) kepuasan pengguna (*satisfaction*) yang mempengaruhi keinginan untuk terus menggunakan sistem (*continuance intention*). Penulis mengambil 2 (dua) variabel kepuasan dan niat berkelanjutan yang dimiliki (Imen Elmezni dan Jamel-Eddine Gharbi, 2010). Dan hasil dari penelitian ini diketahui bahwa responden didominasi oleh wanita, berusia 19 sampai 25 tahun yaitu masa produktif dan aplikasi yang paling banya digunakan adalah VoD VIU, kategori acara yang ditonton adalah kategori drama Korea yang sedang *trend* dikalangan wanita yang banyak disediakan oleh aplikasi VIU dibandingkan dengan aplikasi VoD lainnya. Keberhasilan penerapan VoD berdasarkan hipotesis yang diukur menunjukkan bahwa faktor seperti kemudahan penggunaan, rasa ingin tahu, dan kesenangan berpengaruh besar terhadap kepuasan penggunaan dan telah memenuhi unsur intrinsik manusia yang merupakan kebutuhan hedonis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

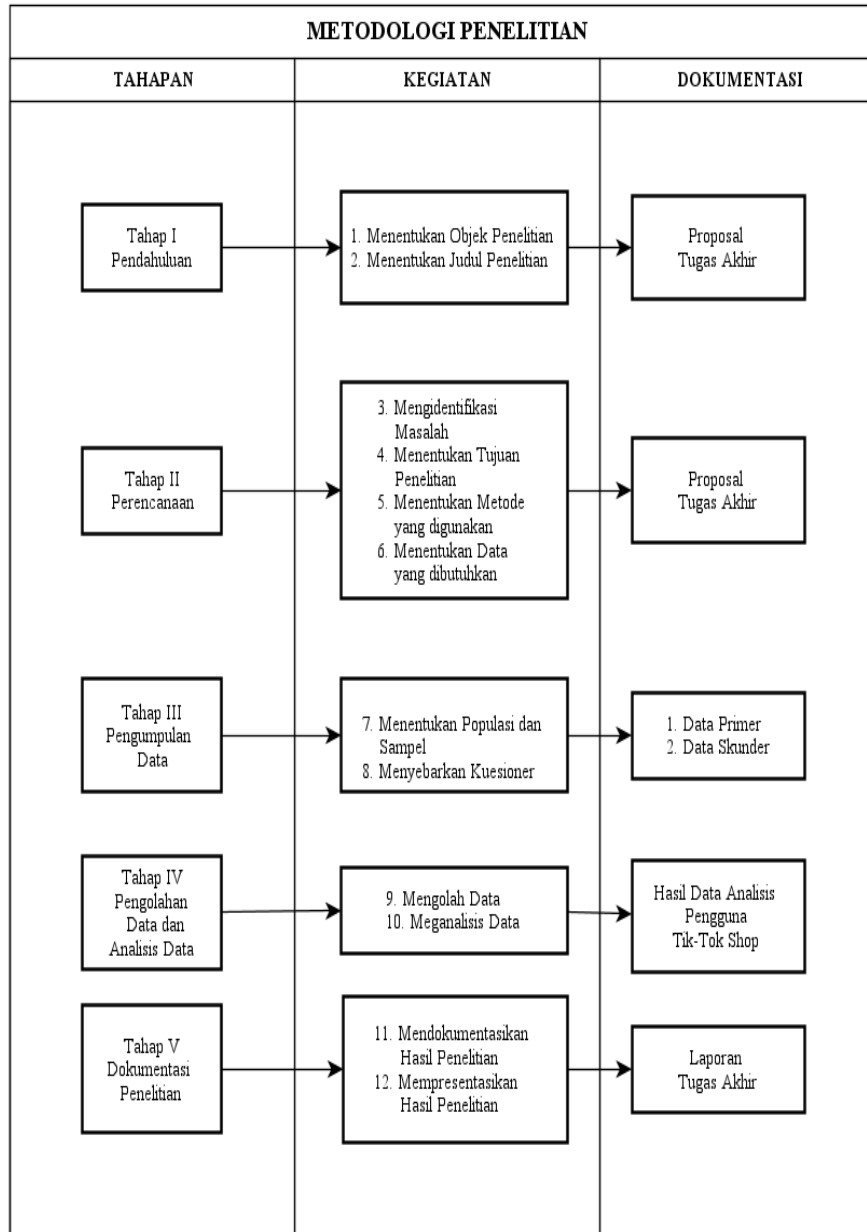
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Proses Alur Penelitian

Dalam menyusun penelitian dibutuhkan langkah-langkah untuk menyusun dan menghasilkan sebuah laporan yang terstruktur. Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2 Tahap Pendahuluan

Pada tahap pendahuluan ini kegiatan yang dilakukan adalah:

3.2.1 Menentukan Objek Penelitian

Pada penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, hal yang pertama dilakukan adalah menentukan objek penelitian, yang menjadi objek penelitian adalah mahasiswa yang menggunakan TikTok *Shop*. Tempat penelitian untuk melakukan penelitian ini dilakukan di universitas negeri yang ada di Pekanbaru yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau.

3.2.2 Menentukan Judul Penelitian

Setelah menentukan objek penelitian, langkah selanjutnya adalah menentukan judul penelitian Tugas Akhir ini yaitu Analisis Perilaku Pengguna TikTok *Shop* Menggunakan *Hedonic-Motivation System Adoption Model* (HMSAM). Data primer dari 32 responden yang diambil melalui kuesioner *online* yang telah disebar oleh penulis untuk menemukan fakta awal.

3.3 Tahap Perencanaan

Adapun tahapan dalam perencanaan adalah sebagai berikut:

3.3.1 Mengidentifikasi Masalah

Mengidentifikasi masalah untuk dipecahkan. Hal ini dilakukan untuk menghilangkan keragu-raguan. Membuat rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Pada tahap ini dirumuskan permasalahan apa yang akan dikaji dan menentukan batasan masalahnya serta menjelaskan tujuan dan manfaat penelitian ini.

3.3.2 Menentukan Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dapat memberikan masukan tentang strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemanfaatan berkelanjutan dalam penggunaan aplikasi TikTok *Shop*.

3.3.3 Menentukan Metode yang Digunakan

Langkah selanjutnya adalah menentukan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Hedonic Motivation System Adoption Model*.

3.3.4 Menentukan Data yang Dibutuhkan

Sebelum data dikumpulkan, terlebih dahulu ditentukan data apa saja yang akan dibutuhkan dalam Tugas Akhir ini. Penentuan data ini dilakukan setelah melakukan observasi langsung, kemudian melakukan studi literatur untuk

mengetahui data apa saja yang dibutuhkan. Data yang dibutuhkan dalam Tugas Akhir ini yaitu:

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari pengguna TikTok *Shop*, dengan cara menyebarkan kuesioner ke sejumlah pengguna TikTok *Shop*.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi pustaka atau teori pendukung berupa jurnal, buku dan dokumen yang berkaitan dengan judul penelitian.

3.4 Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini merupakan tahap yang dilakukan setelah tahap perencanaan. Setelah data ditentukan, maka selanjutnya adalah mengumpulkan data tersebut. Tahapan ini berisi tentang proses dalam pengumpulan data, baik data primer maupun data sekunder. Tahapannya adalah sebagai berikut:

3.4.1 Menentukan Populasi dan Sampel

Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau yang menggunakan TikTok *Shop*. Dalam penelitian ini, jumlah populasi dan sampel minimal harus diketahui terlebih dahulu. Populasi 62.990 (PDDikti, 2022) dengan sampel 382 menggunakan Krejcie-Morgan.

Menurut Suliyanto (2006) populasi merupakan keseluruhan objek yang karakteristiknya hendak kita uji, sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak kita uji. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel representatif. Menurut Cresswell (2014:204) sampel representatif adalah identifikasi proses untuk individu dengan sampel acak, dimana setiap individu dalam populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel probabilistik. Dengan sampel acak, sampel yang representatif dari suatu populasi memberikan kemampuan untuk menggeneralisasi ke suatu populasi. Dalam penggunaan sampel ini yang paling mendekati ialah *convenience* sampling dimana responden dipilih berdasarkan kenyamanan dan ketersediaan mereka.

3.4.2 Menyebarkan Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini dirancang untuk mengetahui perilaku pengguna TikTok *Shop* dalam berbelanja. Kuesioner di sebarakan melalui *Google Form* secara *online* dan Formulir cetak secara *offline*. Setelah kuesioner disebarakan dilakukan uji prasyarat (*instrument*) dengan menggunakan uji validitas data dan reliabilitas data. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah semua pertanyaan penelitian yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian adalah valid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Dalam penetapan variabel untuk membuat kuesioner penulis menggunakan variabel dalam angket berdasarkan variabel yang terdapat pada *Hedonic-Motivation System Adoption Model*.

Setelah variabel dan pernyataan ditentukan maka tentukan pula skala pengukurannya. Dalam Penelitian ini skala yang akan digunakan adalah skala likert 5 poin. Skala ini digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam lima poin skala dengan interval yang sama.

3.5 Tahap Pengolahan Data dan Analisis Data

3.5.1 Mengelolah Data

Structural Equation Modeling menurut Ramadiani diartikan sebagai teknik analisis *multivariat* yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap variabel sehingga didapatkan gambaran mengenai hubungan antar variabel dari suatu model. SEM memiliki keunggulan dalam melakukan estimasi hubungan variabel yang bersifat memiliki banyak hubungan/*multiple relationship*. SEM juga memiliki keunggulan dalam menggambarkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini, peneliti dibantu dengan perangkat lunak SmartPLS.

a Uji Validitas

Pada tahapan ini penulis akan melakukan uji validitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah data kuesioner yang kita dapat sudah valid atau tidak. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai korelasi *Product Moment* atau R_{tabel} dengan R_{hitung} dimana R_{hitung} harus lebih besar dari R_{tabel} .

b Uji Reliabilitas

Pada tahapan ini penulis melakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang peneliti peroleh sudah reliabel atau *nonreliabel*. Hasil dari pengolahan data inilah yang akan dijadikan bahan untuk dianalisis dan dengan aplikasi ini pula dilakukan pencarian terhadap jawaban dari kuesioner yang disebarkan untuk mengetahui persentase dari masing-masing butir pertanyaan yang diberikan.

3.5.2 Tahap Analisis dan Pembahasan

a Deskripsi Tanggapan Responden antar Variabel

Tahap ini melakukan pendeskripsian jawaban dari setiap responden dari tiap variabel HMSAM untuk melihat persentase dari setiap pernyataan yang diajukan.

b Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui prosedur analisis data dalam penelitian ini yang akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

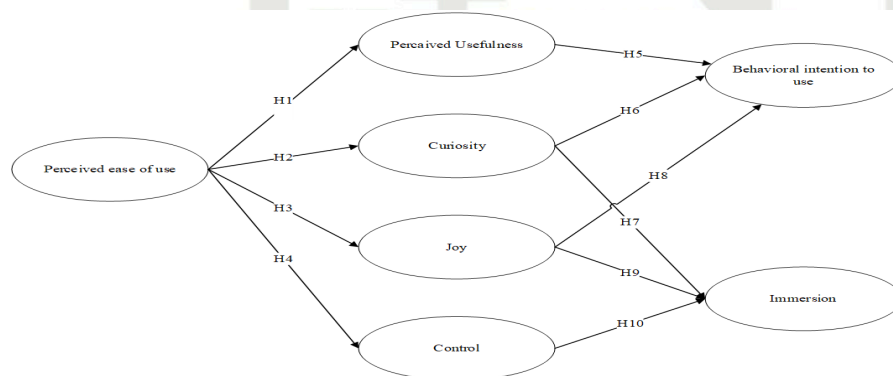
dilakukan dengan menggunakan asumsi klasik yang terdiri dari uji kualitas data.

c Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dinyatakan dengan kalimat pernyataan dan bukan kalimat pertanyaan. Dalam hipotesis terdapat hipotesis nihil dan hipotesis alternatif sebagai berikut:

- a) Hipotesis nihil atau nol hipotesis (H₀) adalah hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antar variabel.
- b) Hipotesis alternatif atau hipotesis kerja (H_a) adalah hipotesis yang adanya hubungan antar variabel.

Uji hipotesis adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kesimpulan pada sampel dapat berlaku untuk populasi. Hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2. Hipotesis Penelitian

- H1: Persepsi kemudahan penggunaan akan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan.
- H2: Persepsi kemudahan penggunaan akan berpengaruh signifikan terhadap rasa ingin tahu.
- H3: Persepsi kemudahan pengguna akan berpengaruh signifikan terhadap kesenangan.
- H4: Persepsi kemudahan pengguna akan berpengaruh signifikan terhadap kontrol.
- H5: Kegunaan yang dirasakan akan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.
- H6: Rasa ingin tahu akan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.
- H7: Rasa ingin tahu akan berpengaruh signifikan terhadap *focused immersion*.

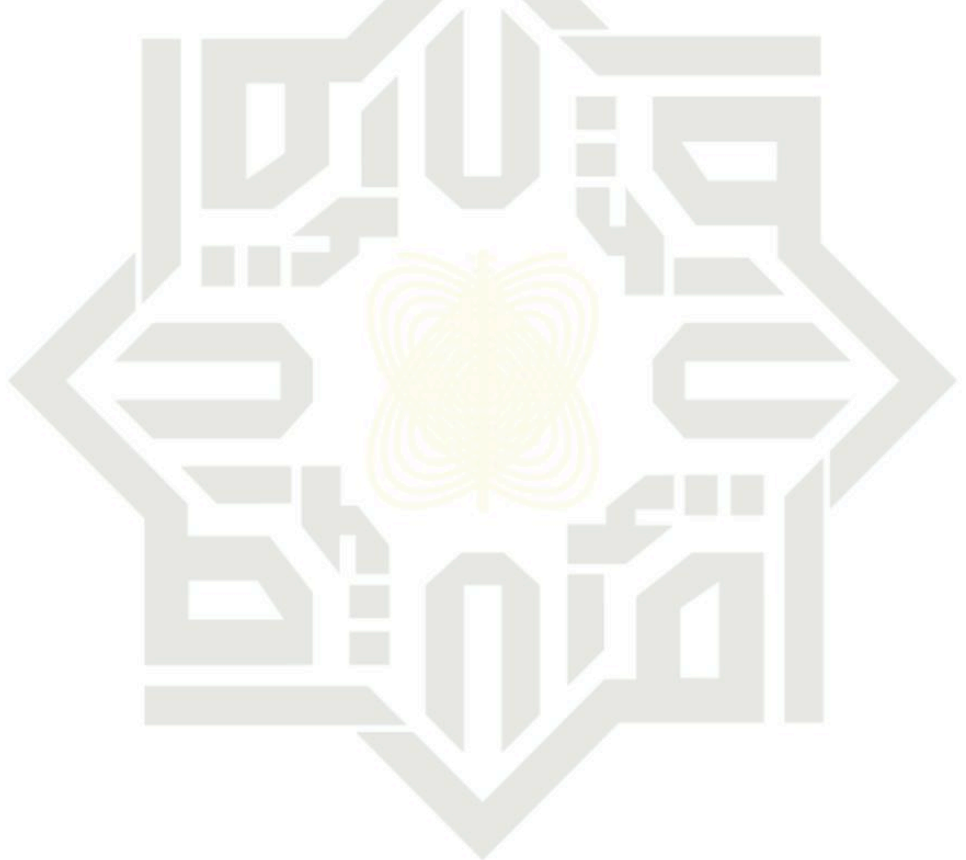
- H8: Kesenangan akan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan.
H9: Kesenangan akan berpengaruh signifikan terhadap *focused immersion*.
H10: Kontrol akan mempengaruhi signifikan terhadap *focused immersion*.

3.6 Tahap Dokumentasi

Melakukan dokumentasi hasil penelitian yaitu seluruh data yang diperoleh dari serangkaian penelitian yang telah dilakukan akan menghasilkan sebuah laporan yang nantinya akan diujikan kembali kepada pembimbing ataupun penguji penelitian. Data yang didapatkan sebelumnya diolah sedemikian rupa kedalam laporan penelitian yang akhirnya diharapkan dapat memberikan manfaat dalam penelitian ini.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan *Hedonic-Motivation System Adoption Model* untuk dijadikan model dengan mengacu pada variabel-variabel yang berpengaruh terhadap niat beli pengguna dalam berbelanja *online* di *TikTok Shop*. Data sampel yang telah didapatkan sebanyak 222 responden dari mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau. Dalam penelitian ini, ditemuokan bahwa variabel yang paling berpengaruh adalah kemudahan pengguna (PEOU), kesenangan (JOY), dan keinginan tahanan (CUR) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku pengguna untuk berbelanja di *TikTok Shop*. Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja yang mudah, menyenangkan, dan memicu rasa ingin tahu dapat meningkatkan motivasi pengguna. Selain itu, kontrol (CTL) dan kegunaan yang dirasakan (PU) juga berperan, terutama dalam konteks kendali diri dan persepsi kegunaan *platform*. Implikasinya, pengembangan *TikTok Shop* dimasa depan dapat lebih fokus pada aspek-aspek ini untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat niat beli mereka.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam konteks digital *marketing* dengan menyelidiki variabel-variabel psikologis pengguna, keterlibatan pengguna, dan pengaruh kemudahan penggunaan dalam berbelanja *online* di *TikTok Shop*. Hasilnya memberikan wawasan berharga bagi perusahaan *e-commerce* untuk meningkatkan pengalaman berbelanja dan niat pengguna.

5.2 Saran

Penelitian ini menggunakan *Hedonic-Motivation System Adoption Model* dengan metode kuantitatif untuk menganalisis perilaku belanja *online* di *TikTok Shop*. Rekomendasi mencakup penambahan variabel seperti preferensi harga, kepercayaan, preferensi merek, dan metode kualitatif untuk pemahaman mendalam. Analisis lebih lanjut dengan SEM yang dapat membantu memahami hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dengan lebih rinci. Implikasi praktisnya melibatkan saran konkret kepada *TikTok Shop* untuk perbaikan dan pengembangan. Identifikasi area penelitian lanjutan dan publikasi hasil dalam jurnal ilmiah disarankan. Terakhir, disarankan untuk mengeksplorasi faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku belanja *online*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Akista, L., dan Lasmana, H. (2019). Pengaruh review oleh sarah ayu pada produk kecantikan di youtube dan brand awareness terhadap keputusan menggunakan produk. *Scriptura*, 9(1), 26–34.
- Burhan, F. A. (2020). *Riset kic: Perempuan lebih sering belanja di e-commerce ketimbang pria*. Retrieved from <https://katadata.co.id/agustiyanti/digital/5f297dd1ae890/riset-kic-perempuan-lebih-sering-belanja-di-e-commerce-ketimbang-pria>
- Erwanti, N., dan Putri, O. H. (2022). Adopsi media sosial berbasis video pada kaum muda. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 14(1).
- Ginting, D. B. (2009). Structural equation model (sem). *Media Informatika*, 8(3), 121–134.
- Hair, J., dan Alamer, A. (2022). Partial least squares structural equation modeling (pls-sem) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027.
- Hair Jr, J. F., Howard, M. C., dan Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in pls-sem using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110.
- Huda, M. Q., Hidayah, N. A., Hersyaf, T. N. H., Sujoko, I., dkk. (2020). Analysis of continuance use of video on demand applications by using the hedonic motivation system adoption model. Dalam *2020 8th international conference on cyber and it service management (citsm)* (hal. 1–6).
- Ibal, M. (2021). Tiktok revenue and usage statistics (2021). *Business of apps*, 1(1).
- Lowry, P. B., Gaskin, J., Twyman, N., Hammer, B., dan Roberts, T. (2012). Taking ‘fun and games’ seriously: Proposing the hedonic-motivation system adoption model (hmsam). *Journal of the association for information systems*, 14(11), 617–671.
- Ma, Y., dan Hu, Y. (2021). Business model innovation and experimentation in transforming economies: Bytedance and tiktok. *Management and Organization Review*, 17(2), 382–388.
- Maharani, N. P. J., Hoediansyah, M. E., Salsabilla, Y., dan Siswantoro, M. F. (2022). Analisis perilaku mahasiswa dalam melakukan belanja online melalui aplikasi tiktok menggunakan theory of planned behavior. Dalam *Prosiding seminar nasional teknologi dan sistem informasi* (Vol. 2, hal. 70–79).
- Nofri, O., dan Hafifah, A. (2018). Analisis perilaku konsumen dalam melakukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

online shopping di kota makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.

Nurul, I. (2022). *Memahami cara mengaktifkan tiktok shop dan panduan penjualan produk*. Retrieved from <https://katadata.co.id/agung/berita/62f1cb6633ce4/memahami-cara-mengaktifkan-tiktok-shop-dan-panduan-penjualan-produk>

Oluwajana, D., Idowu, A., Nat, M., Vanduhe, V., dan Fadiya, S. (2019). The adoption of students' hedonic motivation system model to gamified learning environment. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 14(3), 156–167.

Populix. (2020). *The social commerce in indonesia*. Retrieved from <https://info.populix.co/report/the-social-commerce-in-indonesia/>

Rahmawati, W., Yuniarta, A., Rahmawati, E. D., dkk. (2023). Minat konsumen membeli produk online melalui tik tok shop ditinjau dari kepercayaan, kualitas dan pengiriman barang. *Journal of Student Research*, 1(3), 39–47.

Ren, J., Dong, H., Popovic, A., Sabnis, G., dan Nickerson, J. (2022). Digital platforms in the news industry: how social media platforms impact traditional media news viewership. *European Journal of Information Systems*, 1–18.

Sa'adah, A. N., Rosma, A., dan Aulia, D. (2022). Persepsi generasi z terhadap fitur tiktok shop pada aplikasi tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140.

Simanjanong, R., dan Nawawi, Z. M. (2022). The role of social media tiktok in increasing the interest in entrepreneurship in the millennial generation. *Journal of Business Social and Technology*, 3(1), 9–12.

To, P.-L., Liao, C., dan Lin, T.-H. (2007). Shopping motivations on internet: A study based on utilitarian and hedonic value. *Technovation*, 27(12), 774–787.

Venkatesh, V., dan Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision sciences*, 39(2), 273–315.

LAMPIRAN A FORM KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR Perilaku Pengguna Tiktok Shop Menggunakan Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM)

Perkenalkan, Saya adalah mahasiswa jurusan Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi di UIN SUSKA Riau. Disini saya sedang melakukan penelitian mengenai "Perilaku pengguna tiktokshop menggunakan Hedonic-Motivation System Adoption Model". Apabila Anda **"sudah pernah"** melakukan belanja online di TikTok Shop, Saya memohon kesediaannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan dan pernyataan berdasarkan petunjuk pengisian pada penelitian tersebut. Jika Anda **"belum pernah"** melakukan belanja online di TikTok Shop, maka tidak perlu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi dan jawaban yang Anda berikan akan terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Akan ada **hadiah** yang akan diberikan untuk Anda dalam mengisi kuesioner penelitian ini.

Dengan demikian, atas perhatian dan kerjasamanya. Penulis sangat berterima kasih dan mendoakan yang terbaik untuk kesuksesan Responden ke depannya.

Hormat saya,

Student: Lydia Winata Harahap

Advisor: Dr. Anggraini, S.Kom, M.Eng

Kontak peneliti: 11950321561@students.uin-suska.ac.id.



I Identitas Responden (Wajib diisi*)

Tabel A.1. Identitas Responden

Email	:	
Nama	:	
User Id Tiktok	:	
Umur	<input type="checkbox"/>	19
	<input type="checkbox"/>	20
	<input type="checkbox"/>	21
	<input type="checkbox"/>	22
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/>	Laki-laki
	<input type="checkbox"/>	Perempuan
Universitas	<input type="checkbox"/>	UIN SUSKA RIAU
	<input type="checkbox"/>	UNRI
Fakultas	<input type="checkbox"/>	Sains dan Teknologi
	<input type="checkbox"/>	Pertanian dan Peternakan
	<input type="checkbox"/>	Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	<input type="checkbox"/> Syariah dan Ilmu Hukum <input type="checkbox"/> Ekonomi dan Ilmu Sosial <input type="checkbox"/> Psikologi <input type="checkbox"/> Ushuluddin <input type="checkbox"/> Tarbiyah dan Keguruan <input type="checkbox"/> Keperawatan <input type="checkbox"/> Perikanan dan Ilmu Kelautan <input type="checkbox"/> Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Program Studi	:
Bang saku/Perbulan	<input type="checkbox"/> Rp.1,5 Juta – 2 Juta <input type="checkbox"/> Rp. 2,1 Juta – 3 juta <input type="checkbox"/> Rp. 3,1 Juta – 4 juta <input type="checkbox"/> Rp. 4,1 juta – 5 juta <input type="checkbox"/> Lebih dari 5 Juta

II Petunjuk Pengisian

Bacalah dengan cermat setiap pernyataan sebelum memberi jawaban. Kemudian, Berilah tanda check list (✓) pada salah satu dari 5 alternatif jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan keadaan yang Anda rasakan. Berikut keterangan pengisian; **STS** = Sangat Tidak Setuju, **TS** = Tidak Setuju, **N** = Netral, **S** = Setuju, dan **SS** = Sangat Setuju.

Tabel A.2. Petunjuk Pengisian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
A. Kesenangan (Joy)						
	Saya menemukan berbelanja di Tiktok Shop Itu menyenangkan					
	Saya bersenang-senang berbelanja menggunakan Tiktok Shop					
	Menggunakan Tiktok Shop itu membosankan					
	Berbelanja di Tiktok Shop membuat saya kesal					
	Pengalaman berbelanjanya menyenangkan					
	Berbelanja di Tiktok Shop membuat saya tidak puas					
B. Kontrol (Control)						
	Saya memiliki banyak kontrol					

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8.	Saya dapat memilih bebas apa yang saya inginkan					
9.	Saya memiliki sedikit kontrol atas apa yang bisa saya lakukan					
10.	Saya memegang kontrol					
11.	Saya tidak memiliki kontrol atas interaksi saya					
12.	Saya diizinkan untuk mengontrol interaksi saya					
C. Terfokus Pencelupan (immersion)						
13.	Saya dapat memblokir sebagian besar gangguan lainnya					
14.	Saya asyik dengan apa yang saya lakukan					
15.	Saya fokus saat menggunakan Tiktok Shop					
16.	Saya sangat mudah terganggu oleh perhatian lain					
17.	Perhatian saya tidak mudah teralihkan					
D. Rasa Ingin Tahu (Curiosity)						
18.	Pengalaman menggunakan Tiktok Shop membangkitkan rasa ingin tahu saya					
19.	Pengalaman menggunakan Tiktok Shop membuat saya penasaran					
20.	Pengalaman menggunakan Tiktok Shop membangkitkan imajinasi saya					
E. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)						
1.	Interaksi Menggunakan Tiktok Shop jelas dan mudah dimengerti					
2.	Berinteraksi dengan Tiktok Shop tidak membutuhkan banyak usaha mental saya					
3.	Saya menemukan Tiktok Shop bebas masalah					
4.	Saya merasa mudah untuk membuat Tiktok Shop melakukan apa yang saya inginkan.					
5.	Belajar mengoperasikan Tiktok Shop itu mudah bagi saya					
6.	Sangat mudah untuk melakukan apa yang saya inginkan dengan Tiktok Shop.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

27.	Mudah bagi saya untuk menjadi ahli dalam menggunakan Tiktok Shop					
28.	Saya menemukan Tiktok Shop mudah digunakan					
F. Dirasakan Kegunaan (Percaived Usefulness)						
29.	Menggunakan Tiktok Shop dapat mengurangi stress saya					
30.	menggunakan Tiktok Shop membantu saya melewati waktu dengan lebih baik					
31.	menggunakan Tiktok Shop memberikan pelarian yang berguna					
32.	menggunakan Tiktok Shop membantu saya berfikir lebih jernih					
33.	Menggunakan Tiktok Shop membantu saya merasa diremajakan					
G. Perilaku niat menggunakan (Behavioral Intention to Use)						
34.	Saya akan berencana menggunakan Tiktok Shop di masa depan					
35.	Saya berniat untuk terus menggunakan di masa mendatang					
36.	Saya berharap penggunaannya akan terus berlanjut di masa mendatang					

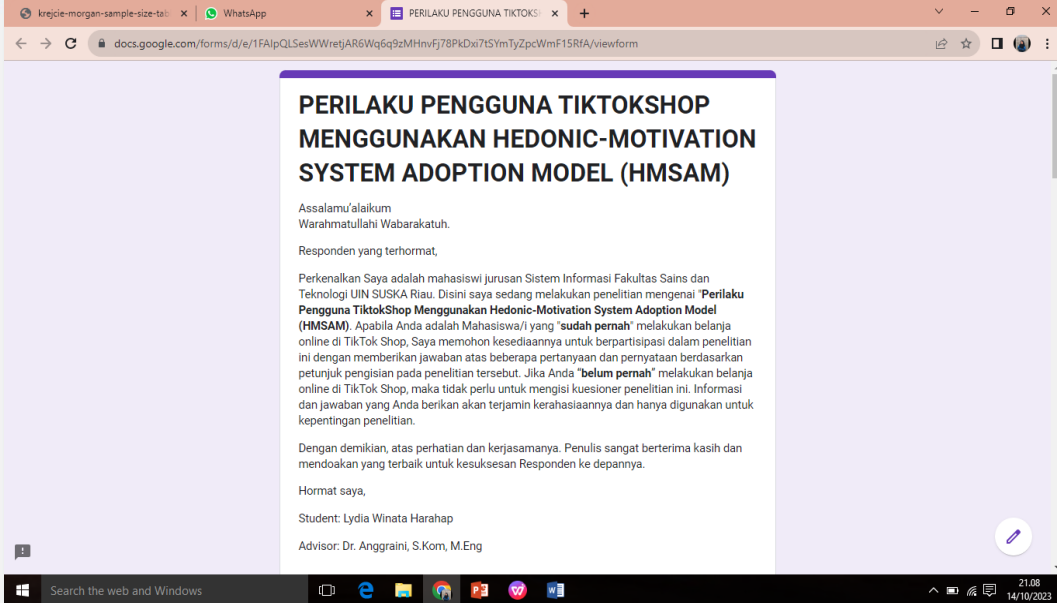
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

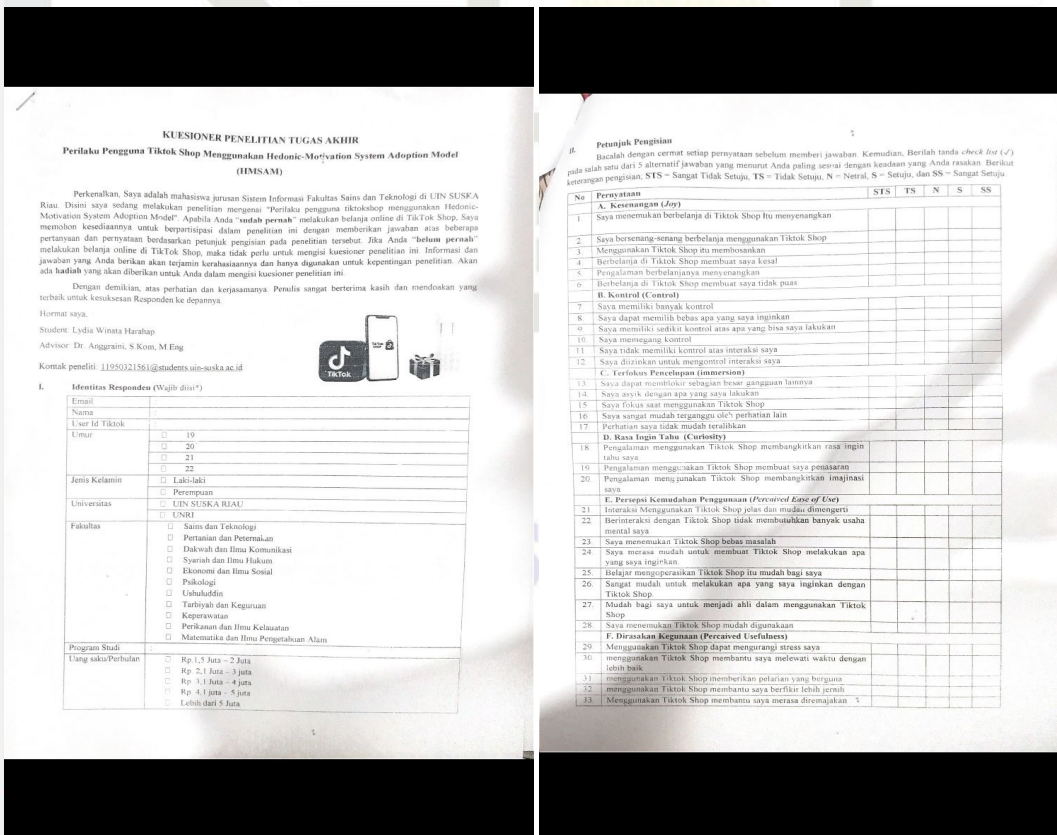
LAMPIRAN B DOKUMENTASI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar B.1. Kuesioner Penelitian berupa *Google Form*



Gambar B.2. Kuesioner Penelitian berupa *Hardcopy*



Gambar B.3. Pengambilan Data Responden di Universitas Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar B.4. Pengambilan Data Responden di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Table 3.1
Table for Determining Sample Size of a Known Population

N	S	N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	100	80	280	162	800	260	2800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4000	351
30	28	140	103	340	181	1000	278	4500	354
35	32	150	108	360	186	1100	285	5000	357
40	36	160	113	380	191	1200	291	6000	361
45	40	170	118	400	196	1300	297	7000	364
50	44	180	123	420	201	1400	302	8000	367
55	48	190	127	440	205	1500	306	9000	368
60	52	200	132	460	210	1600	310	10000	370
65	56	210	136	480	214	1700	313	15000	375
70	59	220	140	500	217	1800	317	20000	377
75	63	230	144	550	226	1900	320	30000	379
80	66	240	148	600	234	2000	322	40000	380
85	70	250	152	650	242	2200	327	50000	381
90	73	260	155	700	248	2400	331	75000	382
95	76	270	159	750	254	2600	335	100000	384

Note: N is Population Size; S is Sample Size *Source: Krejcie & Morgan, 1970*

Gambar B.5. Tabel Penentuan *Sample* (Krejcie dan Morgan, 1970)

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Lydia Winata Harahap, lahir pada tanggal 23 Agustus 2001 di Siarang-Arang, Rokan Hilir, Riau, merupakan anak pertama dari pasangan Hadenggan Harahap dan Jurhani Siregar. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN 0705 Aliaga Alogo Pulo Godang pada tahun 2013. Selanjutnya, melanjutkan pendidikan di MTS Al-Ansor Padang Sidempuan dan lulus pada tahun 2016. Penulis kemudian melanjutkan sekolah di SMA Negeri 01 Hutaraja Tinggi, lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Pekanbaru, Riau. Selama menempuh pendidikan, ia meraih berbagai pengalaman hidup yang sangat bermanfaat, baik dari segi akademik maupun non-akademik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua, keluarga, dan teman-teman yang telah membantunya, baik dari segi materi maupun material. Selama berada di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Penulis memiliki berbagai kesempatan, antara lain melakukan kerja praktek di Diskominfo Pelalawan. Penulis juga pernah menjabat sebagai Ketua Divisi Pendidikan dan Riset pada Himpunan Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi. Selain itu, penulis terlibat dalam Kuliah Kerja Nyata di Desa Koto Tua Barat, Kecamatan XII Koto Kampar, Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.