1. **QUESTION 1 :**
2. **Explain the dataset and variables that you will be using in your analysis.**

Karakteristik Responden :

1. Usia
2. Di bawah 18 tahun
3. Lebih dari atau sama dengan 18 tahun
4. Jenis Kelamin
5. Laki-laki
6. Perempuan
7. Apa pendidikan terakhir Anda?
8. SMP atau di bawahnya
9. SMA
10. Sarjana
11. Lain-lain (sebutkan)

Kebiasaan Pengguna :

1. Sudah berapa lama Anda menjadi pengguna aplikasi Tiktok?
2. Kurang dari 3 bulan
3. Sama dengan atau Lebih dari 3 bulan
4. Apa fitur unggulan Tiktok dari aplikasi serupa? (Boleh pilih lebih dari satu)
5. Konten pendek dan menarik
6. Fitur editing kreatif
7. Algoritma rekomendasi yang sesuai, seperti beranda FYP sesuai dengan minat pengguna
8. Komunitas yang aktif sehingga pengguna mudah berinteraksi dan berkolaborasi dengan sesama
9. Dukungan musik dan tarian yang beragam (mudah menemukan musik maupun tarian yang sedang viral)
10. Tantangan dan Viralitas (mudah menemukan tren terbaru serta kemudahan pengguna menjadi terkenal di antara komunitas pengguna)
11. Lainnya (sebutkan)
12. Berapa jam dalam sehari Anda menggunakan Tiktok? (Bisa berisi desimal. Contoh 3.5 jam menggunakan titik)

(isian)

1. Dari skala 1-5, berapa skor Anda untuk kemudahan penggunaan aplikasi Tiktok?

(isian)

1. Apakah mayoritas konten FYP (F*or Your Page*) yang muncul di beranda sudah sesuai dengan minat Anda?
2. Ya
3. Tidak
4. Seberapa puaskah Anda menggunakan fitur Tiktok secara keseluruhan?
5. Sangat Puas
6. Puas
7. Netral
8. Tidak Puas
9. Sangat Tidak Puas
10. Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan aplikasi Tiktok kepada rekan/keluarga dari skala 1-5?

(Isian)

Variabel yang digunakan

1. Umur Responden
2. Jenis Kelamin
3. Tingkat Pendidikan Terakhir
4. Lama Penggunaan Tiktok
5. Fitur Unggulan Tiktok
6. Lama Penggunaan Harian Tiktok
7. Skor Kemudahan Penggunaan Tiktok
8. Kesesuaian Konten FYP dengan Minat
9. Kepuasan Penggunaan Tiktok secara Keseluruhan
10. Kemungkinan merekomendasikan Tiktok

Dataset yang akan digunakan adalah hasil dari survei yang dilakukan untuk mengumpulkan data tentang pengguna Tiktok. Survei ini mencakup karakteristik responden dan kebiasaan penggunaan mereka terkait aplikasi Tiktok. Variabel yang akan digunakan dalam analisis ini adalah:

1. Umur Responden: Variabel kategorikal yang mencakup dua kategori: di bawah 18 tahun dan lebih dari atau sama dengan 18 tahun.
2. Jenis Kelamin: Variabel kategorikal yang mencakup dua kategori: laki-laki dan perempuan.
3. Tingkat Pendidikan Terakhir: Variabel kategorikal yang mencakup beberapa kategori: SMP atau di bawahnya, SMA, Sarjana, dan Lain-lain.
4. Lama Penggunaan Tiktok: Variabel kategorikal yang mencakup dua kategori: kurang dari 3 bulan dan sama dengan atau lebih dari 3 bulan.
5. Fitur Unggulan Tiktok: Variabel nominal yang mencakup beberapa fitur yang diunggulkan oleh Tiktok. Responden dapat memilih lebih dari satu fitur dari pilihan yang diberikan atau memilih opsi "Lainnya" dan menyebutkan fitur yang tidak terdaftar.
6. Lama Penggunaan Harian Tiktok: Variabel numerik yang mengukur berapa jam dalam sehari responden menggunakan Tiktok. Nilai dapat berupa desimal.
7. Skor Kemudahan Penggunaan Tiktok: Variabel ordinal dengan skala 1-5 yang menilai kemudahan penggunaan aplikasi Tiktok. Responden memberikan skor berdasarkan persepsinya.
8. Kesesuaian Konten FYP dengan Minat: Variabel kategorikal yang mencakup dua kategori: Ya dan Tidak. Ini mengindikasikan apakah mayoritas konten yang muncul di halaman FYP responden sesuai dengan minat mereka.
9. Kepuasan Penggunaan Tiktok secara Keseluruhan: Variabel ordinal dengan skala 1-5 yang menilai kepuasan pengguna dengan penggunaan Tiktok secara keseluruhan. Responden memberikan skor berdasarkan persepsinya.
10. Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok: Variabel numerik dengan skala 1-5 yang menilai seberapa besar kemungkinan responden merekomendasikan aplikasi Tiktok kepada rekan/keluarga.
11. **State the null hypothesis (H0) and alternative hypothesis (Ha) for your study.**

HIPOTESA

Hipotesa I

H0: Distribusi data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) mengikuti distribusi normal

Ha: Distribusi data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) tidak mengikuti distribusi normal

Hipotesa II

H0: Rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari sama dengan 3,36 jam

Ha: Rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari lebih dari 3,36 jam.

Hipotesa III

H0: Varians waktu penggunaan Tiktok antara kelompok laki-laki dan perempuan sama

Ha: Varians waktu penggunaan Tiktok antara kelompok laki-laki dan perempuan tidak sama

Hipotesa IV

H0: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan sama dengan responden laki-laki

Ha: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan lebih tinggi daripada responden laki-laki

Hipotesa V

H0: Mayoritas responden tidak setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sudah sesuai dengan minat

Ha: Mayoritas responden setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sesuai dengan minat

Hipotesa VI

H0: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna tidak berbeda antara jenis kelamin

Ha: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda

Hipotesa VII

H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara jenis kelamin

Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok jenis kelamin

Hipotesa VIII

H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara tingkat pendidikan akhir

Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir

Hipotesa IX

H0: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna tidak berbeda antara jenis kelamin

Ha: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda

Hipotesa X

H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara jenis kelamin

Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok jenis kelamin

Hipotesa XI

H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara tingkat pendidikan akhir

Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir

Hipotesa XII

H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan jenis kelamin

Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan jenis kelamin

Hipotesa XIII

H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan tingkat pendidikan terakhir

Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan tingkat pendidikan terakhir

Hipotesa XIV

H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna

Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna

Hipotesa XV

H0: Tidak ada hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna

Ha: Terdapat hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna

Hipotesa XVI

H0: Tidak ada hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna

Ha: Terdapat hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna

**Conduct a one-way ANOVA, Turkey HSD, and Turkey-Kramer procedure on both the primary and secondary data.**

* **UJI Anova:**

Menaklukan uji anova pada dataset kami:

**A screen shot of a computer

Description automatically generated with medium confidence**

Tiap dari uji anova yang kami lakukan, kami memperoleh hasil sebagai berikut:

**A screenshot of a computer

Description automatically generated with low confidence**

**A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence**

**A picture containing text, font, screenshot, algebra

Description automatically generated**

**A screenshot of a computer code

Description automatically generated with low confidence**

Maka berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berikut adalah kesimpulan dari masing-masing analisis:

1. Analisis ANOVA 1:

Analisis ANOVA 1 yang dilakukan menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam waktu yang dihabiskan setiap harinya untuk menggunakan aplikasi Tiktok berdasarkan tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur Tiktok secara keseluruhan. Ini berarti bahwa tingkat kepuasan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan terhadap waktu penggunaan aplikasi Tiktok.

Namun, hasil uji perbandingan ganda Tukey menunjukkan bahwa hanya terdapat perbedaan yang signifikan dalam waktu penggunaan antara kelompok yang sangat puas dengan kelompok puas. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok pengguna yang sangat puas dengan fitur Tiktok menggunakan aplikasi dalam waktu yang berbeda secara signifikan dibandingkan dengan kelompok yang hanya puas dengan fitur tersebut. Namun, tidak ada perbedaan yang signifikan dalam waktu penggunaan antara kelompok pengguna yang sangat puas dan kelompok pengguna yang tidak puas.

Ini bisa diartikan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh terhadap waktu penggunaan Tiktok, tetapi hanya dalam hal perbedaan antara kelompok pengguna yang sangat puas dan kelompok pengguna yang puas.

Penemuan ini memberikan wawasan penting bagi pengembang aplikasi Tiktok untuk memahami bagaimana tingkat kepuasan pengguna memengaruhi waktu penggunaan. Mereka dapat menggunakan informasi ini untuk mengoptimalkan fitur-fitur aplikasi dan meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

1. Analisis ANOVA 2:

Analisis ANOVA yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam waktu yang dihabiskan setiap harinya untuk menggunakan aplikasi Tiktok berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor pendidikan tidak membedakan waktu penggunaan Tiktok secara signifikan. Ini berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam tingkat penggunaan Tiktok antara individu dengan tingkat pendidikan yang berbeda. Dalam konteks ini, waktu penggunaan Tiktok tidak dipengaruhi oleh pendidikan formal responden.

1. Analisis ANOVA 3:

Analisis ANOVA 3 yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam waktu yang dihabiskan setiap harinya untuk menggunakan aplikasi Tiktok berdasarkan skor responden terkait kemudahan penggunaan aplikasi Tiktok. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap kemudahan penggunaan aplikasi Tiktok tidak memengaruhi secara signifikan waktu penggunaan aplikasi tersebut.

Dalam penelitian ini, kemudahan penggunaan aplikasi Tiktok diukur melalui skor yang diberikan oleh responden. Namun, analisis statistik menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam waktu penggunaan Tiktok antara kelompok responden yang memberikan skor tinggi atau rendah terkait kemudahan penggunaan aplikasi tersebut.

1. Analisis ANOVA 4:

Analisis ANOVA yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam waktu yang dihabiskan setiap harinya untuk menggunakan aplikasi Tiktok berdasarkan tingkat kemungkinan responden merekomendasikan aplikasi Tiktok kepada rekan/keluarga. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi responden terkait dengan kemungkinan merekomendasikan aplikasi Tiktok tidak memengaruhi secara signifikan waktu penggunaan aplikasi tersebut.

Dalam penelitian ini, kemungkinan merekomendasikan aplikasi Tiktok diukur melalui skor atau pertanyaan yang diajukan kepada responden. Namun, analisis statistik menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam waktu penggunaan Tiktok antara kelompok responden yang memiliki tingkat kemungkinan merekomendasikan yang tinggi atau rendah.

Hal ini mengindikasikan bahwa faktor kemungkinan merekomendasikan aplikasi Tiktok tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan seberapa banyak waktu yang dihabiskan oleh pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut

**Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa** keseluruhan, waktu yang dihabiskan setiap harinya untuk menggunakan aplikasi Tiktok tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, skor kemudahan penggunaan, dan tingkat kemungkinan merekomendasikan aplikasi Tiktok. Namun, terdapat perbedaan yang signifikan dalam waktu penggunaan berdasarkan tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur Tiktok secara keseluruhan, di mana pengguna yang sangat puas menggunakan aplikasi dalam waktu yang lebih lama dibandingkan pengguna yang puas.

**Question 2: Uji Spearman:**

Kami melakukan uji korelasi spearman antara kemudahan dalam menggunakan tiktok dan seberapa besar kemungkinan untuk merekomendasikan tiktok.

**A screen shot of a computer

Description automatically generated with medium confidence**

Hasil analisis korelasi Spearman antara skor kemudahan dalam menggunakan aplikasi Tiktok dan seberapa besar kemungkinan merekomendasikan aplikasi tersebut kepada rekan/keluarga adalah sebagaiberikut:**A screenshot of a computer code

Description automatically generated with low confidence**

**A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence**

**A picture containing text, screenshot, diagram, number

Description automatically generated**

Dalam analisis yang dilakukan, terlebih dahulu dilakukan perhitungan nilai korelasi Spearman antara skor kemudahan penggunaan aplikasi Tiktok dan tingkat kemungkinan merekomendasikan aplikasi tersebut kepada rekan/keluarga. Nilai korelasi Spearman yang diperoleh sebesar 0.3117008 menunjukkan adanya korelasi positif yang lemah antara kedua variabel tersebut. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi skor kemudahan penggunaan Tiktok, semakin besar kemungkinan responden merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain.

Selanjutnya, dilakukan pengujian signifikansi menggunakan nilai p-value. Nilai p-value yang diperoleh sebesar 0.001278 menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol bahwa tidak ada korelasi antara skor kemudahan penggunaan dan tingkat kemungkinan merekomendasikan aplikasi Tiktok. Dengan kata lain, terdapat korelasi yang lemah dan signifikan secara statistik antara kedua variabel tersebut.

**Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa** semakin tinggi skor kemudahan dalam menggunakan aplikasi Tiktok, semakin besar kemungkinan responden merekomendasikan aplikasi tersebut kepada rekan/keluarga. Meskipun korelasi tersebut lemah, namun signifikansi statistik menunjukkan bahwa hubungan ini bukanlah kebetulan semata.

Selanjutnya, tipe data diubah menjadi ordinal untuk mempermudah analisis. Kemudian, tabel frekuensi (tab4) dibuat untuk menampilkan distribusi skor kemudahan penggunaan Tiktok berdasarkan usia responden dan jenis kelamin. Melalui fungsi melt(), tabel frekuensi diubah menjadi format yang lebih mudah untuk digunakan dalam visualisasi.

Setelah itu, data tersebut diplot dalam bentuk stacked bar chart menggunakan paket ggplot2. Sumbu x pada diagram menunjukkan usia responden, sumbu y menunjukkan frekuensi, dan warna fill pada setiap bar menggambarkan skor kemudahan penggunaan Tiktok. Diagram ini juga memperlihatkan pemisahan berdasarkan jenis kelamin. Selain itu, angka frekuensi ditampilkan pada setiap bar menggunakan fungsi geom\_text().

Dengan visualisasi ini, dapat lebih jelas melihat distribusi skor kemudahan penggunaan Tiktok berdasarkan usia responden dan jenis kelamin. Hal ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan aplikasiTiktok di antara kelompok responden yang berbeda.

**Question 3: Uji Wilcoxon:**

**Hipotesa yang digunakan:**

**H0: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi tiktok responden perempuan sama dengan responden laki-laki**

**H1: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi tiktok responden perempuan lebih tinggi daripada responden laki-laki**

**A screenshot of a computer

Description automatically generated with low confidence**

Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan uji Wilcoxon rank sum test, didapatkan hasil sebagai berikut:

* Statistik uji (W): 1238.5
* Nilai p: 0.4616

Dalam konteks hipotesis yang digunakan, yaitu:

* **H0: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan sama dengan responden laki-laki.**
* **H1: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan lebih tinggi daripada responden laki-laki.**

Berdasarkan hasil uji, nilai p sebesar 0.4616 diperoleh. Nilai p ini menunjukkan probabilitas untuk mendapatkan hasil yang setidaknya seekstrem yang diamati dalam sampel jika hipotesis nol benar. Dalam hal ini, karena nilai p (0.4616) lebih besar dari tingkat signifikansi yang umum digunakan (misalnya α = 0.05), maka tidak ada cukup bukti statistik yang signifikan untuk menolak hipotesis nol.

Oleh karena itu, berdasarkan analisis ini, tidak ada cukup bukti statistik yang mendukung klaim bahwa rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok oleh responden perempuan lebih tinggi daripada responden laki-laki. Dalam konteks ini, tidak ada perbedaan yang signifikan dalam lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok antara kedua kelompok gender tersebut.

Dalam konteks ini, hasil uji menunjukkan bahwa faktor jenis kelamin responden tidak berpengaruh secara signifikan terhadap lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan dan laki-laki memiliki kecenderungan yang serupa dalam penggunaan aplikasi tersebut.

**Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa** tidak ada cukup bukti statistik yang mendukung klaim bahwa rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok oleh responden perempuan lebih tinggi daripada responden laki-laki. Hasil uji Wilcoxon rank sum test menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok antara kedua kelompok gender tersebut.

Selain itu, hasil uji juga menunjukkan bahwa faktor jenis kelamin responden tidak berpengaruh secara signifikan terhadap lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok. Hal ini mengindikasikan bahwa responden perempuan dan laki-laki memiliki kecenderungan yang serupa dalam penggunaan aplikasi tersebut.

**Question 4: UJI Chi Square**

* + 1. **Fitur Unggulan dan Jenis Kelamin**

**Hipotesis:**

**H0: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna tidak berbeda antara jenis kelamin**

**Ha: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

Gambar Statistik Uji Fisher Fitur Unggulan dan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar diperoleh *p-value* sebesar 0,179 lebih dari 0,05 sehingga gagal tolak H0. Dengan demikian, terbukti bahwa proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda.

* + 1. **Kepuasan Pengguna dan Jenis Kelamin**

**Hipotesis:**

**H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara jenis kelamin**

**Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok jenis kelamin**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with low confidence

Gambar 1. Statistik Uji Chi-Square Jenis Kelamin dan Kepuasan Pengguna

Diperoleh *p-value* sebesar 0,936 yang lebih dari 0,05 dengan nilai χ2 sebesar 0,131 dari Gambar, sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara kelompok jenis kelamin.

* + 1. **Kepuasan Pengguna dan Tingkat Pendidikan Terakhir**

**Hipotesis:**

**H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara tingkat pendidikan akhir**

**Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer error

Description automatically generated with low confidence

Gambar 2. Statisik Uji Chi-square Kepuasan Pengguna dan Tingkat Pendidikan Terakhir

*P-value* dari Gambar diatas sebesar 0,056 yang lebih dari 0,05 sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas sama antara kelompok tingkat pendidikan akhir.

**Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:**

1. Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna tidak berbeda antara kelompok jenis kelamin. Hasil uji menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti statistik yang mendukung perbedaan signifikan dalam proporsi pilihan fitur unggulan antara kelompok jenis kelamin.
2. Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara kelompok jenis kelamin. Analisis menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti statistik yang mendukung perbedaan signifikan dalam proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas antara kelompok jenis kelamin.
3. Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas juga tidak berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir. Hasil uji menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti statistik yang mendukung perbedaan signifikan dalam proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas antara kelompok tingkat pendidikan akhir.

**Berikut Laporan FINAL PROJECT**

**Berjudul : ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI TIKTOK MOBILE**

**FINAL PROJECT**

**[ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI TIKTOK MOBILE ]**

Mata Kuliah IS240 – Probability and Statistic

Dosen Pengampu: (Dosen Ahmad Faza)

Logo, company name

Description automatically generated

**Disusun oleh Kelompok :**

Nafeesha Audrey (NIM: 00000069226)

Rosa Aulia Wangi (NIM: 00000069798)

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

**KATA PENGANTAR**

Dengan rasa syukur yang mendalam, kelompok kami ingin mengungkapkan apresiasi dan terima kasih atas kesempatan yang diberikan kepada kami untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Kami merasa sangat bersyukur karena telah diberikan kesempatan untuk menjalani perjalanan akademik ini. Tugas akhir ini menjadi bagian penting dalam perjalanan studi kami, di mana kami dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah Kami pelajari sepanjang masa perkuliahan. kami berharap laporan ini dapat menjadi bukti dedikasi dan kecintaan kami terhadap bidang yang kami teliti. Dalam perjalanan menyelesaikan tugas akhir ini, kami tidak dapat mengabaikan dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada mereka yang telah membantu dan mendukung kami selama proses pengerjaan :

1. Ibu Ririn Ikana Desanti, S. Kom., M. Kom. selaku Ketua Program Studi, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ahmad Faza selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Probability and Statistic sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
3. Semua Anggota Kelompok yang sudah berpartisipasi dalam memberikan kontribusi pada proses penyelesaian laporan ini.
4. Teman–teman jurusan Sistem Informasi yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penyusunan laporan ini,
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
6. Serta kepada semua pihak yang telah memberikan motivasi serta semangat yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami dan menganalisis kepuasan pengguna aplikasi TikTok Mobile. Diharapkan karya ini dapat memberikan wawasan baru tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna dan memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut.

**TOPIK PENELITIAN**

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI TIKTOK MOBILE

**DESKRIPSI TOPIK PENELITIAN**

TikTok adalah platform media sosial yang semakin populer di kalangan pengguna smartphone saat ini. Memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek dengan beragam efek dan filter, TikTok telah menjadi salah satu aplikasi yang sangat diminati di seluruh dunia. Terutama di Indonesia, TikTok menjadi salah satu aplikasi terpopuler dengan jumlah pengguna aktif yang terus meningkat. Namun, seiring dengan pertumbuhan popularitas TikTok, semakin penting untuk memahami apa yang membuat platform ini menarik bagi pengguna dan bagaimana kepuasan pengguna dapat ditingkatkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna TikTok di Indonesia dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya. Beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi umur responden, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, lama penggunaan TikTok, fitur unggulan TikTok, lama penggunaan harian TikTok, skor kemudahan penggunaan TikTok, kesesuaian konten FYP dengan minat, kepuasan penggunaan TikTok secara keseluruhan, dan kemungkinan merekomendasikan TikTok.

Dalam analisis ini, umur responden menjadi salah satu variabel yang penting untuk diperhatikan karena mungkin mempengaruhi pengalaman pengguna TikTok dan preferensi mereka dalam menggunakan platform ini. Selain itu, jenis kelamin dan tingkat pendidikan terakhir juga dapat memengaruhi preferensi pengguna dalam menggunakan aplikasi ini. Lama penggunaan TikTok dan fitur unggulan TikTok juga menjadi variabel penting karena dapat memengaruhi kepuasan pengguna terhadap platform ini.

Selain itu, skor kemudahan penggunaan TikTok dan kesesuaian konten FYP dengan minat juga menjadi faktor penting dalam analisis ini. Hal ini karena faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi pengalaman pengguna dan kepuasan mereka terhadap platform ini secara keseluruhan. Terakhir, variabel mengenai kepuasan penggunaan TikTok secara keseluruhan dan kemungkinan merekomendasikan TikTok menjadi variabel penting untuk mengevaluasi sejauh mana TikTok memenuhi kebutuhan pengguna dan apakah pengguna bersedia merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain.

Dengan menganalisis variabel-variabel tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna TikTok di Indonesia. Hal ini dapat membantu TikTok untuk memperbaiki fitur dan pengalaman pengguna mereka sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan menarik lebih banyak pengguna baru ke dalam platform mereka.

**BAB I PENDAHULUAN**

* 1. **LATAR BELAKANG**

Tiktok merupakan salah satu platform media sosial yang saat ini sedang digemari oleh masyarakat Indonesia. Aplikasi ini menyediakan berbagai macam fitur unggulan, seperti video pendek, musik, filter, dan editing kreatif yang membuat penggunanya semakin kreatif dan aktif dalam membuat konten. Tiktok juga menggunakan algoritma rekomendasi yang canggih, sehingga dapat menampilkan konten yang sesuai dengan minat pengguna melalui fitur For You Page (FYP). Menurut laporan Digital 2023: Indonesia, terdapat 167 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2023 dan 109,9 juta di antaranya merupakan pengguna Tiktok (Kepios, 2023).

A picture containing text, screenshot, software, font

Description automatically generated

**Gambar 1. Peringkat Jangkauan Iklan Tiktok Secara Global**

***Sumber: Kepios, 2023***

Menjadi pengguna terbanyak peringkat kedua di dunia adalah alasan dasar peneliti mengambil topik penelitian mengenai analisa kepuasan pengguna Tiktok di Indonesia. Kepuasan pengguna terhadap Tiktok menjadi sangat penting untuk dianalisa, karena hal ini akan berdampak pada popularitas dan keberlangsungan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai analisa kepuasan pengguna Tiktok di Indonesia. Beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna antara lain usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, lama penggunaan, fitur unggulan, lama penggunaan harian, skor kemudahan penggunaan, kesesuaian konten FYP dengan minat, dan kepuasan penggunaan secara keseluruhan.

Penelitian mengenai kepuasan pengguna Tiktok di Indonesia sangat relevan dilakukan mengingat pertumbuhan pengguna Tiktok di Indonesia yang semakin pesat. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 170 juta pada tahun 2021, di mana Tiktok menjadi salah satu platform yang memiliki jumlah pengguna aktif harian yang cukup tinggi. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna Tiktok di Indonesia agar dapat meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi ini.

Selain itu, penelitian mengenai kepuasan pengguna Tiktok di Indonesia juga dapat memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran dan iklan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna Tiktok, perusahaan dapat lebih efektif dalam melakukan promosi produk atau jasa melalui platform ini. Selain itu, perusahaan juga dapat mengoptimalkan fitur-fitur yang disukai oleh pengguna dalam membuat kampanye pemasaran yang lebih efektif.

Dalam penelitian mengenai kepuasan pengguna Tiktok di Indonesia, diperlukan data yang akurat dan representatif. Data dapat diperoleh melalui survei yang dilakukan secara daring atau wawancara langsung dengan responden. Selain itu, perlu diperhatikan pula keterwakilan responden dari berbagai latar belakang, termasuk usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan lama penggunaan, agar hasil penelitian dapat dijadikan acuan yang valid sehingga mewakili pengguna Tiktok di Indonesia.

* 1. **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dibentuk rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik jawaban responden pada variabel yang terdiri atas usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, lama penggunaan Tiktok, fitur unggulan Tiktok, lama penggunaan harian Tiktok, skor kemudahan penggunaan Tiktok, kesesuaian konten fyp dengan minat, kepuasan penggunaan Tiktok secara keseluruhan, dan kemungkinan merekomendasikan Tiktok?
2. Bagaimana distribusi data lama waktu bermain Tiktok (Jam/Hari) serta perbedaan rata-rata waktu yang dihabiskan responden dalam menggunakan TikTok setiap hari secara umum dan berdasarkan jenis kelamin?
3. Apakah terdapat hubungan antara kemungkinan untuk merekomendasikan Tiktok dengan kepuasan pengguna berdasarkan kesesuaian konten FYP dengan minat, fitur unggulan, lama penggunaan, seberapa banyak dalam merekomendasikan Tiktok, dan perbedaan kepuasan berdasarkan jenis kelamin, tingkat Pendidikan terkahir dan usia? Apakah mayoritas responden setuju konten FYP (For Your Page) yang muncul di beranda sesuai dengan minat?
   1. **TUJUAN PENELITIAN**

Beberapa hal yang ingin dicapai dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis karakteristik jawaban responden pada variabel usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, lama penggunaan Tiktok, fitur unggulan Tiktok, lama penggunaan harian Tiktok, skor kemudahan penggunaan Tiktok, kesesuaian konten fyp dengan minat, kepuasan penggunaan Tiktok secara keseluruhan, dan kemungkinan merekomendasikan Tiktok.
2. Menganalisis distribusi data lama waktu bermain Tiktok (Jam/Hari) dan mengidentifikasi perbedaan rata-rata waktu yang dihabiskan responden dalam menggunakan TikTok setiap hari secara umum dan berdasarkan jenis kelamin.
3. Menganalisis hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dengan kepuasan pengguna berdasarkan kesesuaian konten FYP dengan minat, fitur unggulan, lama penggunaan, seberapa banyak dalam merekomendasikan Tiktok, serta perbedaan kepuasan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, dan usia.Menganalisis apakah terdapat perbedaan rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain tiktok setiap hari berdasarkan jenis kelamin.
   1. **MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat dari penelitian ini dapat dirinci berdasarkan subjek yang dituju sebagai berikut:

1. **Bagi pengelola Tiktok**

Dapat mengetahui karakteristik pengguna Tiktok berdasarkan variabel usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, lama penggunaan, fitur unggulan, lama penggunaan harian, skor kemudahan penggunaan, kesesuaian konten FYP dengan minat, kepuasan penggunaan secara keseluruhan, dan kemungkinan merekomendasikan Tiktok serta memperoleh informasi tentang preferensi dan kepuasan pengguna Tiktok yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan fitur di platform Tiktok.

1. **Bagi akademisi**

Memberikan gambaran tentang karakteristik pengguna Tiktok di Indonesia, yang dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan contoh penggunaan metode dan teknik analisis data dalam penelitian sosial.

1. **Bagi masyarakat umum**

Mengetahui karakteristik dan preferensi pengguna Tiktok di Indonesia serta kelebihan dan kekurangan platform Tiktok dari sudut pandang pengguna, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam penggunaannya.

**BAB II LANDASAN TEORI**

* 1. **TIKTOK**

TikTok adalah platform media sosial yang semakin populer dengan pengguna yang tersebar di seluruh dunia. Platform ini menawarkan penggunaannya yang unik dan menggabungkan berbagai fitur seperti musik, tarian, pengeditan video, dan efek kreatif (Li, Liang, & Lin, 2020). TikTok telah mengubah lanskap media sosial dengan menghadirkan konten yang mudah dikonsumsi dan viral dalam format yang pendek dan menarik (Chen, Li, & Wang, 2021). Pengguna TikTok menikmati platform ini karena memberikan kesempatan untuk menjadi kreator konten dan mengekspresikan diri secara kreatif (Sun, Shao, & Zhou, 2021). Selain itu, fitur pengaturan fyp (*For You Page*) di TikTok secara cerdas menyesuaikan konten yang ditampilkan di beranda pengguna dengan minat dan preferensi mereka (Xu, Song, & Zhao, 2020). Hal ini memungkinkan pengalaman yang disesuaikan dan penemuan konten yang relevan bagi pengguna.

Teori *Diffusion of Innovations* dikemukakan oleh Rogers dapat digunakan untuk menjelaskan mengapa TikTok menjadi viral dan menyebar dengan cepat di kalangan pengguna (Rogers, 2003). Teori ini menjelaskan bagaimana inovasi baru, seperti TikTok, diterima dan diadopsi oleh individu dan kelompok dalam masyarakat. Penelitian mengenai adopsi dan penggunaan TikTok di China menemukan bahwa faktor-faktor seperti kualitas konten, kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna berkontribusi terhadap adopsi dan penggunaan TikTok (Li, Sun, Wu, Wang, & Xie, 2021). Selain itu, teori *Uses and Gratifications* juga dapat digunakan untuk memahami mengapa orang menggunakan TikTok. Teori ini berfokus pada pemahaman bahwa individu aktif dalam pemilihan dan penggunaan media untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka (Katz, E, Blumler, & Gurevitch, 1974). Penelitian oleh Lim, Kim, dan Nam (2021) tentang penggunaan TikTok menemukan bahwa pengguna aktif memanfaatkan platform ini untuk memperoleh hiburan, interaksi sosial, eksplorasi tren, dan mengungkapkan diri (Lim, Kim, & Nam, 2021). Selain itu, beberapa penelitian juga menunjukkan hubungan antara penggunaan TikTok dan aspek kesejahteraan psikologis seperti kebahagiaan (Kim, Han, & Yoo, 2020) dan peningkatan rasa keterhubungan sosial (Alhabash, Ma, Yang , & Huang, 2022).

* 1. **CARA KERJA TIKTOK**

Cara kerja TikTok melibatkan berbagai aspek yang berkontribusi pada pengalaman pengguna yang menarik dan khas dari *platform* tersebut. Algoritma rekomendasi TikTok, yang didasarkan pada kecerdasan buatan (AI), memainkan peran sentral dalam menentukan konten yang ditampilkan di beranda pengguna. Algoritma ini mempelajari preferensi pengguna melalui interaksi mereka dengan konten, termasuk suka, komentar, dan tindakan lainnya, serta mempertimbangkan faktor-faktor seperti lokasi geografis dan bahasa pengguna (Mandagie & Kartawijaya, 2020). Dalam hal ini, algoritma TikTok berusaha untuk memberikan pengalaman yang disesuaikan dengan minat dan preferensi pengguna, dengan menampilkan konten yang memiliki peluang tinggi untuk menarik perhatian mereka.

Selain itu, fitur unggulan TikTok, seperti efek visual, filter, dan alat pengeditan video, juga berperan penting dalam menciptakan konten yang menarik dan kreatif (Nurmaini, Kurniawan, & Primawan, 2020). Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna untuk menghasilkan video dengan cepat dan dengan mudah mengaplikasikan efek khusus yang mempercantik tampilan mereka. Lebih jauh lagi, keberhasilan TikTok sebagai platform sosial juga terkait dengan desain antarmuka yang intuitif dan ramah pengguna, yang memudahkan pengguna untuk menavigasi melalui berbagai fitur dan konten (Rusmana, 2021).

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

* 1. **METODE PENELITIAN YANG DIGUNAKAN**

Penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Tiktok Mobile” ini menggunakan metode kuantitatif primer. Metode kuantitatif primer adalah pendekatan penelitian yang mengumpulkan data langsung dari responden tanpa melalui pihak ketiga (Rangkuti, 2020). Metode ini didasarkan pada filsafat positivisme dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini, metode survei digunakan untuk mengumpulkan informasi dari pengguna aplikasi TikTok. Survei online digunakan sebagai alat pengumpulan data yang mudah, cepat, dan hemat biaya.

Penelitian ini juga menggunakan teknik korelasional untuk mengukur hubungan antara berbagai variabel yang terkait dengan kepuasan pengguna TikTok. Beberapa variabel yang akan dikorelasikan antara lain jenis kelamin, usia, lama penggunaan, fitur unggulan yang paling disukai, kepuasan pengguna secara keseluruhan, dan kemungkinan merekomendasikan TikTok. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan dalam bentuk formulir *Google* (Triyanto & Wahyudi, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan cross-section dalam pengambilan data, di mana data dikumpulkan pada waktu yang sama untuk beberapa variabel yang diamati (Pangaribuan & Hutasoit, 2021). Langkah analisis dalam penelitian ini dapat digambarkan pada diagram alir berikut.

Mulai

Perencanaan

Pengumpulan data

Analisis dan Pembahasan

Kesimpulan dan Saran

Selesai

**TAHAP 1: MULAI**

Tahap ini mencakup perumusan masalah penelitian, pemilihan metode penelitian, dan identifikasi tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti menggali informasi tentang penggunaan TikTok dan kepuasan pengguna yang menjadi fokus penelitian. Landasan teori juga dikumpulkan untuk mendukung analisis data yang akan dilakukan.

**TAHAP 2: PERENCANAAN**

Tahap perencanaan melibatkan perumusan desain penelitian, pemilihan sampel, dan pengembangan instrumen penelitian. Desain penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk Google Form. Peneliti juga melakukan pemilihan sampel, yaitu mahasiswa, sebagai populasi yang mewakili pengguna TikTok. Instrumen penelitian dirancang untuk mengumpulkan data tentang karakteristik responden dan variabel yang relevan dalam penelitian ini.

**TAHAP 3: PENGUMPULAN DATA**

Pada tahap ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan sampel penelitian. Kuesioner diisi secara mandiri oleh responden melalui platform online. Data yang dikumpulkan meliputi informasi tentang usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, lama penggunaan TikTok, fitur unggulan yang paling disukai, kepuasan pengguna secara keseluruhan, dan kemungkinan merekomendasikan TikTok. Data tersebut dikumpulkan dalam bentuk respons skala Likert dan pilihan ganda.

**TAHAP 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Tahap ini melibatkan analisis data yang telah dikumpulkan. Data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan metode statistik kuantitatif seperti analisis deskriptif, analisis korelasi, dan uji hipotesis. Hasil analisis digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel yang diteliti. Pembahasan dilakukan dengan menganalisis temuan dan mengaitkannya dengan landasan teori yang relevan. Peneliti menguraikan hasil temuan secara detail dan memberikan interpretasi yang tepat.

**TAHAP 5: KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada tahap ini, peneliti menyusun kesimpulan berdasarkan temuan dari analisis data. Kesimpulan ini mencerminkan jawaban terhadap rumusan masalah penelitian. Selain itu, peneliti juga memberikan saran-saran yang relevan berdasarkan hasil penelitian untuk pengembangan dan perbaikan aplikasi TikTok Mobile. Saran-saran ini dapat berkaitan dengan peningkatan fitur unggulan, pengoptimalan konten yang sesuai dengan minat pengguna, dan peningkatan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

* 1. **METODE PENGUMPULAN DATA**

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei menggunakan kuesioner yang disebarkan melalui Google Form. Sebanyak 104 responden berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan terkait variabel yang diteliti. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience sampling. Dalam convenience sampling, responden dipilih berdasarkan kenyamanan dan ketersediaan mereka untuk berpartisipasi dalam penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengambilan sampel dengan convenience sampling adalah sebagai berikut:

1. Menentukan populasi target. Populasi target adalah kelompok yang ingin diteliti dan hasil penelitian akan diberlakukan pada kelompok tersebut. Dalam penelitian ini, populasi target adalah pengguna aplikasi TikTok Mobile.
2. Memilih sumber data berdasarkan ketersediaan dan kemudahan akses. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah responden yang dapat dijangkau melalui distribusi kuesioner secara *online* menggunakan Google Form.
3. Menentukan ukuran sampel. Ukuran sampel merupakan jumlah responden yang akan diikutsertakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang terkumpul adalah 104 orang.
4. Menyebar kuesioner kepada responden yang dipilih melalui tautan Google Form. Responden diundang untuk mengisi kuesioner secara mandiri dan memberikan respons mereka terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner.

Dalam konteks ini, teknik sampling yang digunakan adalah *convenience sampling* karena responden dipilih berdasarkan kenyamanan dan ketersediaan mereka. Menurut Madyaningrum et al. (2018), *convenience sampling* digunakan dalam situasi di mana peneliti tidak memiliki akses yang mudah atau praktis ke seluruh populasi, dan pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan dan kenyamanan responden (Madyaningrum, Masnun, & Kusuma, 2018).

* 1. **METODE PENGOLAHAN DATA**

Metode pengolahan data merupakan salah satu aspek penting dalam melakukan analisis data dalam penelitian. Metode ini melibatkan penggunaan alat dan teknik untuk mengolah data yang telah dikumpulkan sehingga dapat dianalisis dan diinterpretasikan dengan tepat. Dalam penelitian, terdapat dua jenis metode pengolahan data yang sering digunakan, yaitu statistika deskriptif dan statistika inferensia. Statistika deskriptif digunakan untuk menyajikan dan menggambarkan data secara ringkas dan informatif, sedangkan statistika inferensia digunakan untuk membuat kesimpulan atau generalisasi mengenai populasi berdasarkan sampel yang telah diambil.

Statistika deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan dan meringkas data yang telah dikumpulkan. Dengan menggunakan statistika deskriptif, dapat diperoleh informasi tentang ukuran pemusatan data (seperti rata-rata, median, dan modus), ukuran dispersi data (seperti rentang, simpangan baku, dan varians), serta distribusi data (seperti histogram, diagram batang, dan diagram lingkaran). Metode ini sangat berguna dalam memberikan gambaran awal tentang data yang diamati, membantu memahami karakteristik dan pola yang ada dalam data (Field, 2018).

Di sisi lain, statistika inferensia digunakan untuk membuat kesimpulan atau generalisasi tentang populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Dalam statistika inferensia, digunakan teknik-teknik seperti uji hipotesis, interval kepercayaan, dan analisis regresi untuk melakukan estimasi, pengujian, dan generalisasi terhadap populasi yang lebih besar. Dengan menggunakan statistika inferensia, dapat dilakukan pembuatan keputusan berdasarkan bukti empiris yang diperoleh dari sampel yang telah diambil (Field, 2018).

Dalam praktiknya, baik statistika deskriptif maupun statistika inferensia memiliki peran yang penting dalam pengolahan data. Statistika deskriptif membantu memahami dan menggambarkan data dengan tepat, sedangkan statistika inferensia membantu dalam membuat kesimpulan yang lebih luas berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Dengan menggunakan kedua metode ini secara komplementer, analisis data secara menyeluruh dapat dilakukan sehingga mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti.

Metode pengolahan data yang digunakan dalam analisis ini cenderung non-parametrik. Metode non-parametrik merupakan pendekatan yang digunakan ketika asumsi mengenai distribusi data atau parameter populasi tidak terpenuhi. Dalam konteks analisis ini, penggunaan metode non-parametrik dipilih karena distribusi data tidak mengikuti distribusi normal yang diasumsikan dalam metode parametrik (Conover & Johnson, 2013).

Dalam metode non-parametrik, tidak ada asumsi yang dibuat mengenai bentuk distribusi data. Hal ini memungkinkan penggunaan teknik-teknik statistik yang lebih umum dan fleksibel, yang tidak terikat pada asumsi tertentu. Dalam analisis ini, hal ini menjadi relevan karena terdapat hipotesis yang menguji distribusi data, seperti hipotesis mengenai distribusi data lama waktu bermain Tiktok.

Selain itu, metode non-parametrik juga digunakan ketika data bersifat ordinal atau nominal, yaitu tidak memiliki tingkatan atau skala pengukuran yang jelas. Dalam analisis ini, terdapat beberapa variabel yang memiliki skala atau tingkatan yang tidak terukur secara kuantitatif, seperti kategori-kategori pada hipotesis mengenai proporsi pengguna yang merasa puas dan pilihan fitur unggulan. Oleh karena itu, metode non-parametrik lebih cocok digunakan dalam kasus-kasus seperti ini.

Dengan memilih metode non-parametrik, analisis ini dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan kredibel, terlepas dari bentuk distribusi data yang digunakan. Selain itu, penggunaan metode non-parametrik juga memberikan keuntungan dalam menganalisis data yang bersifat kualitatif atau ordinal. Dalam keseluruhan analisis, metode pengolahan data non-parametrik ini menjadi pilihan yang tepat untuk menguji hipotesis dan mengambil kesimpulan yang objektif berdasarkan data yang telah dikumpulkan.

* + 1. **Statistika Deskriptif**

Statistika deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau ringkasan yang mendetail tentang suatu data. Metode ini menggambarkan data dalam bentuk ukuran pemusatan data (seperti mean, median, dan modus) serta ukuran penyebaran data (seperti rentang, simpangan baku, dan kuartil). Statistika deskriptif berguna untuk memahami karakteristik umum dari suatu variabel atau dataset (Field, 2018). Salah satu metode statistika yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel kategorikal adalah tabulasi silang. Metode ini mengidentifikasi dan menggambarkan hubungan antara dua variabel dengan membandingkan frekuensi atau proporsi pada setiap kombinasi nilai variabel (Sari & Ismono, 2020).

Selain tabulasi silang, frekuensi data kategorikal juga dapat disajikan dalam bentuk *stacked bar chart.* Stacked bar chart (diagram batang bertumpuk) digunakan untuk membandingkan komposisi atau proporsi antara beberapa kategori dalam suatu variabel. Diagram ini menunjukkan perbandingan proporsi dalam bentuk batang yang ditumpuk di atas satu sama lain*.* Adapun distribusi dari data numerik dapat dilihat dari bentuk *boxplot-*nya. Boxplot (diagram kotak) adalah metode grafis yang digunakan untuk menunjukkan distribusi data numerik. Diagram ini menyajikan informasi tentang median, kuartil, rentang interkuartil, serta titik-titik ekstrem atau outlier dalam dataset (Field, 2018).

* + 1. **Uji Normalitas Data**

Uji Anderson-Darling (Stephens, 1974) digunakan untuk menguji apakah sampel data berasal dari populasi dengan distribusi tertentu. Uji ini merupakan modifikasi dari uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dan memberikan bobot yang lebih besar pada ekor distribusi daripada uji K-S. Uji K-S bersifat bebas distribusi dalam arti bahwa nilai kritis tidak bergantung pada distribusi spesifik yang diuji (perlu dicatat bahwa ini hanya berlaku untuk distribusi yang terdefinisi dengan lengkap, yaitu parameter diketahui). Uji Anderson-Darling menggunakan distribusi spesifik dalam menghitung nilai kritis. Hal ini memiliki keuntungan dalam memberikan uji yang lebih sensitif namun juga memiliki kelemahan bahwa nilai kritis harus dihitung untuk setiap distribusi yang digunakan. Hipotesis yang digunakan yaitu:

**H0: Distribusi data mengikuti distribusi normal**

**Ha: Distribusi data tidak mengikuti distribusi normal**

Statistik uji didapatkan dari persamaan

dimana (3.1)

**Keterangan:**

N adalah jumlah total observasi.

i adalah indeks yang mengacu pada urutan observasi dalam sampel.

Y\_i adalah nilai observasi

Fungsi distribusi kumulatif (F) merupakan fungsi distribusi dari distribusi spesifik yang diuji. Perlu dicatat bahwa Yi merupakan data yang diurutkan. Pada taraf signifikan α, daerah kritis tolak H0 jika p-value kurang dari α (Cody & Smith, 2018).

* + 1. **Uji Homogenitas**

Uji Levene digunakan untuk memeriksa apakah varians sama untuk semua sampel ketika data berasal dari distribusi non normal (Cody & Smith, 2018). Hipotesis yang digunakan antara lain:

**H0: σ12 = σ22 = … = σk2 (Varians k-sampel sama)**

**H0: σ12 ≠ σ22 ≠ … ≠ σk2 (Varians k-sampel berbeda)**

Statistik uji

(3.2)

**Keterangan:**

W adalah statistik uji Levene.

N adalah jumlah total observasi.

k adalah jumlah kelompok atau kategori.

Ni adalah jumlah observasi dalam setiap kelompok.

Zi. adalah *mean* kelompok ke-i.

Z.. adalah *mean* dari semua data.

Zij adalah setiap observasi dalam kelompok ke-i

Pada taraf signifikan α, daerah kritis tolak H0 jika p-value kurang dari α

* + 1. **Uji Rata-rata Satu Sampel**

Uji t satu sampel adalah uji hipotesis statistik yang digunakan untuk menentukan apakah mean populasi yang tidak diketahui berbeda dari nilai spesifik (Cody & Smith, 2018). Hipotesis yang digunakan pada uji ini antara lain:

H0: µ = µ0

Ha: µ ≠ µ0

Statistik uji

(3.3)

**Keterangan:**

adalah mean (rata-rata) dari sampel.

μ adalah mean (rata-rata) populasi yang diuji.

s adalah standard deviation (deviasi standar) dari sampel.

n adalah jumlah observasi dalam sampel.

Pada taraf signifikan α, daerah kritis tolak H0 jika p-value kurang dari α.

* + 1. **Uji Rata-rata Dua Sampel**

Uji t dua sampel (juga dikenal sebagai uji t sampel independen) adalah metode yang digunakan untuk menguji apakah mean populasi yang tidak diketahui dari dua kelompok sama atau tidak. Metode ini memperhitungkan variasi dalam data antara kelompok-kelompok tersebut dan memberikan informasi apakah perbedaan antara rata-rata kelompok-kelompok tersebut secara signifikan atau hanya terjadi secara kebetulan. Untuk melakukan uji t dua sampel, data harus memenuhi asumsi berdistribusi normal dan memiliki varians yang sama (Cody & Smith, 2018). Meskipun varians kedua sampel tidak sama, metode ini masih bisa digunakan. Adapun dalam perhitungan statistik ujinya menggunakan perkiraan standar deviasi yang berbeda.

**Hipotesis:**

**Ho: μ1=μ2**

**Ho: μ1≠μ2**

*Pooled variance* untuk varians kedua sampel sama

(3.4)

Sehingga statistik ujinya

(3.5)

Ketika varians kedua sampel tidak sama, *pooled variance* tidak dapat digunakan, sehingga statistik uji yang digunakan dicari dari persamaan berikut.

(3.6)

**Keterangan:**

S2padalah varian tergabung atau *pooled variance*

n1 adalah ukuran sampel pertama

S21 adalah varian sampel pertama

n2 adalah ukuran sampel kedua

S22 adalah varian sampel kedua

adalah mean sampel pertama

adalah mean sampel kedua

Pada taraf signifikan α, daerah kritis tolak H0 jika p-value kurang dari α.

* + 1. **Uji Proporsi Satu Sampel**

Uji proporsi satu sampel digunakan untuk menguji apakah proporsi sukses dalam satu populasi berbeda secara signifikan dari nilai proporsi yang diharapkan (Cody & Smith, 2018). Uji proporsi satu sampel melibatkan asumsi bahwa variabel yang diamati mengikuti distribusi binomial dan bahwa ukuran sampel cukup besar sehingga aproksimasi distribusi normal dapat digunakan.

**Hipotesis:**

**H0: proporsi populasi sama dengan nilai proporsi yang diharapkan (p = p0)**

**H1: proporsi populasi berbeda secara signifikan dari nilai proporsi yang diharapkan (p ≠ p0)**

Rumus statistik untuk uji proporsi satu sampel adalah sebagai berikut:

(3.7)

**Keterangan:**

Z adalah statistik uji Z

p̂ adalah proporsi sampel yang diamati

p0 adalah proporsi yang diharapkan dalam populasi

n adalah ukuran sampel

Pada taraf signifikan α, daerah kritis tolak H0 jika p-value kurang dari α.

* + 1. **Uji Proporsi Dua Sampel**

Uji proporsi dua sampel (two-sample proportion test) digunakan untuk membandingkan proporsi sukses antara dua kelompok atau populasi yang berbeda. Uji ini membantu dalam menentukan apakah perbedaan antara proporsi dua populasi tersebut signifikan atau hanya terjadi secara kebetulan. Dalam uji proporsi dua sampel, terdapat dua metode yang umum digunakan, yaitu uji chi-kuadrat (chi-squared test) dan uji Fisher (Fisher's exact test).

Uji chi-kuadrat adalah metode statistik yang menggunakan tabel distribusi chi-kuadrat untuk menghitung nilai statistik uji dan p-value. Uji ini mengasumsikan bahwa data yang diamati mengikuti distribusi multinomial atau binomial dengan ukuran sampel yang besar. Uji chi-kuadrat menguji apakah perbedaan antara proporsi dua kelompok adalah signifikan secara statistik. Syarat menggunakan uji ini yaitu data bersifat nominal atau kategorikal, terdapat aturan empiris yang mengatakan bahwa setiap sel dalam tabulasi silang harus memiliki frekuensi harapan setidaknya 5 untuk memastikan keandalan hasil uji sehingga ukuran sampel dari setiap kategori harus besar, independensi antara kelompok, dan beristribusi multinomial atau binomial.

**Hipotesis yang digunakan:**

**H0: tidak ada hubungan signifikan antara kedua variabel**

**H1: ada hubungan signifikan antara kedua variabel**

Statistik uji didapatkan dari persamaan

(3.8)

**Keterangan:**

c = derajat bebas

O = nilai observasi

E = nilai ekspektasi

Ketika sampel-sampelnya kecil, distribusi dari statistik χ2, G2, M2, dan statistik berbasis sampel besar lainnya tidak dapat diaproksimasi dengan baik oleh distribusi chi-kuadrat. Oleh karena itu, nilai statistik mereka tidak dapat dipercaya. Dalam situasi seperti ini, inferensi menggunakan distribusi eksak (atau perkiraan dari distribusi eksak) dapat dilakukan, tetapi perlu diingat bahwa total baris dan total kolom keduanya ditentukan oleh desain penelitian, ukuran sampel kecil, lebih dari 20% sel memiliki frekuensi harapan kurang dari 5, dan tidak ada frekuensi harapan yang kurang dari 1. Dalam uji eksak, ketentuan-ketentuan tersebut dipertimbangkan untuk melakukan inferensi (Cody & Smith, 2018). Namun, perlu diingat bahwa nilai berdasarkan uji eksak dapat konservatif, artinya nilainya dapat terukur lebih besar dari yang sebenarnya.

**Hipotesis:**

**H0: tidak ada hubungan antara kedua variabel**

**H1: ada hubungan antara kedua variable**

Apabila struktur data menggunakan tabulasi silang 2x2 sebagai berikut

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Kelompok 1 | Kelompok 2 | Jumlah |
| Di atas median | A | B | A+B |
| Di bawah median | C | D | C+D |
| Jumlah | A+C | B+D | N |

Maka, statistik ujinya diperoleh dengan persamaan

(3.9)

Pada taraf signifikan α, daerah kritis tolak H0 jika p-value kurang dari α.

* + 1. **HIPOTESA**

**Hipotesa I**

H0: Distribusi data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) mengikuti distribusi normal

Ha: Distribusi data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) tidak mengikuti distribusi normal

**Hipotesa II**

H0: Rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari sama dengan 3,36 jam

Ha: Rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari lebih dari 3,36 jam.

**Hipotesa III**

H0: Varians waktu penggunaan Tiktok antara kelompok laki-laki dan perempuan sama

Ha: Varians waktu penggunaan Tiktok antara kelompok laki-laki dan perempuan tidak sama

**Hipotesa IV**

H0: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan sama dengan responden laki-laki

Ha: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan lebih tinggi daripada responden laki-laki

**Hipotesa V**

H0: Mayoritas responden tidak setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sudah sesuai dengan minat

Ha: Mayoritas responden setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sesuai dengan minat

**Hipotesa VI**

H0: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna tidak berbeda antara jenis kelamin

Ha: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda

**Hipotesa VII**

H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara jenis kelamin

Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok jenis kelamin

**Hipotesa VIII**

H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara tingkat pendidikan akhir

Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir

**Hipotesa IX**

H0: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna tidak berbeda antara jenis kelamin

Ha: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda

**Hipotesa X**

H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara jenis kelamin

Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok jenis kelamin

**Hipotesa XI**

H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara tingkat pendidikan akhir

Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir

**Hipotesa XII**

H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan jenis kelamin

Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan jenis kelamin

**Hipotesa XIII**

H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan tingkat pendidikan terakhir

Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan tingkat pendidikan terakhir

**Hipotesa XIV**

H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna

Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna

**Hipotesa XV**

H0: Tidak ada hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna

Ha: Terdapat hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna

**Hipotesa XVI**

H0: Tidak ada hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna

Ha: Terdapat hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna

* + 1. **ASUMSI HIPOTESA**

**Hipotesa I**

Distribusi data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) tidak mengikuti distribusi normal

**Hipotesa II**

Rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari lebih dari 3,36 jam.

**Hipotesa III**

Varians waktu penggunaan Tiktok antara kelompok laki-laki dan perempuan tidak sama

**Hipotesa IV**

Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan lebih tinggi daripada responden laki-laki

**Hipotesa V**

Mayoritas responden setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sesuai dengan minat

**Hipotesa VI**

Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda

**Hipotesa VII**

Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok jenis kelamin

**Hipotesa VIII**

Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir

**Hipotesa IX**

Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda

**Hipotesa X**

Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok jenis kelamin

**Hipotesa XI**

Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir

**Hipotesa XII**

Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan jenis kelamin

**Hipotesa XIII**

Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan tingkat pendidikan terakhir

**Hipotesa XIV**

Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna

**Hipotesa XV**

Terdapat hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna

**Hipotesa XVI**

Terdapat hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna

* 1. **INSTRUMEN PENELITIAN**

Instrumen penelitian ini menggunakan kuisioner *google form* yang disebarkan kepada masyarakat umum yang sesuai dengan kriteria peneliti. Terdapat 10 pertanyaan pada kuisioner dengan rincian 3 pertanyaan untuk karakteristik demografi responden dan sisanya persepsi responden mengenai kepuasan penggunaan aplikasi Tiktok Mobile. Kesepuluh pertanyaan tersebut dibuat dengan dasar penelitian sebelumnya yang ditampilkan pada tabel berikut.

|  |  |
| --- | --- |
| **Pertanyaan** | **Referensi** |
| Usia | Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunanya. *PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI* |
| Jenis Kelamin | Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunanya. *PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI* |
| Apa pendidikan terakhir Anda? | Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunanya. *PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI* |
| Sudah berapa lama Anda menjadi pengguna aplikasi Tiktok? | Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunanya. *PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI* |
| Apa fitur unggulan Tiktok dari aplikasi serupa? | Chen, J., Li, M., & Wang, Y. (2021). Investigating the factors influencing viral video diffusion on social media platforms: A case study of TikTok. *IEEE Access*.  Li, X., Liang, J., & Lin, Y. (2020). Exploring social commerce determinants of TikTok. I*nternational Journal of Information Management*. |
| Berapa jam dalam sehari Anda menggunakan Tiktok? | Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunanya. *PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI* |
| Dari skala 1-5, berapa skor Anda untuk kemudahan penggunaan aplikasi Tiktok? | Li, Y., Sun, Y., Wu, J., Wang, Y., & Xie, Z. (2021). Examining Chinese users' adoption of TikTok: An empirical study based on UTAUT2. Information Processing & Management. |
| Apakah mayoritas konten FYP (F*or Your Page*) yang muncul di beranda sudah sesuai dengan minat Anda? | Xu, X., Song, P., & Zhao, D. (2020). Intelligent recommendation algorithm of TikTok short video based on the Fuzzy C-Means and K-means clustering |
| Seberapa puaskah Anda menggunakan fitur Tiktok secara keseluruhan? | Li, Y., Sun, Y., Wu, J., Wang, Y., & Xie, Z. (2021). Examining Chinese users' adoption of TikTok: An empirical study based on UTAUT2. Information Processing & Management. |
| Seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan aplikasi Tiktok kepada rekan/keluarga dari skala 1-5? | Triyanto, R., & Wahyudi, R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Konten Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi TikTok di Surabaya. *Jurnal Manajemen Informatika dan Sistem Informasi*. |

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

* 1. **Karakteristik Data Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Tiktok Mobile**

Sebelum melakukan analisis terhadap jawaban kuisioner, peneliti perlu mengetahui karakteristik dari data sehingga dapat melakukan analisis yang dilakukan sesuai. Pada penelitian yang berjudul “**Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Tiktok Mobile”** ini terdapat beberapa variabel yang diamati, yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, lama penggunaan Tiktok, fitur unggulan Tiktok, lama penggunaan harian Tiktok, skor kemudahan penggunaan Tiktok, kesesuaian konten fyp dengan minat, kepuasan penggunaan Tiktok secara keseluruhan, dan kemungkinan merekomendasikan Tiktok. Karakteristik data disajikan dalam bentuk tabulasi data dan visualisasi sebagai berikut.

* + 1. **Jenis Kelamin**

Variabel jenis kelamin berskala data nominal sehingga karakteristiknya dapat dianalisis menggunakan diagram lingkaran.

A picture containing text, screenshot, diagram, font

Description automatically generated

**Gambar 2. Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden**

Rasio perbandingan antara responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden perempuan dengan rasio 65% lebih banyak daripada responden laki-laki. Dari total 104 responden, sebanyak 68 responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini selaras dengan data demografi pengguna Tiktok yang disadur dari Laporan Digital 2023: Indonesia (Kepios, 2023).

A picture containing text, screenshot, diagram, font

Description automatically generated

**Gambar 3. Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Pengguna Tiktok Indonesia 2023**

Berdasarkan Gambar 3, rasio pengguna Tiktok Indonesia pada awal tahun 2023 sebesar 66,1% lebih besar daripada rasio pengguna laki-laki. Mengacu pada demografi data potensi khalayak iklan yang dirilis oleh Tiktok, 54,1% pengguna Tiktok adalah perempuan sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Tiktok di Indonesia berjenis kelamin perempuan selaras dengan data secara global.

* + 1. **Jenis Kelamin, Usia, dan Tingkat Pendidikan Terakhir**

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Tabel 1. Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Usia, dan Tingkat Pendidikan Terakhir**

Demografi responden pengguna Tiktok dari Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden laki-laki memiliki tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1) dan berusia sama dengan atau lebih dari 18 tahun. Hal tersebut berlaku juga untuk responden perempuan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Tiktok merupakan lulusan Sarjana (S1) dengan usia sama dengan atau lebih dari 18 tahun pada kedua jenis kelamin. Visualisasi dari tabulasi silang tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with low confidence

**Gambar 4. Karakteristik Jenis Kelamin, Usia, dan Tingkat Pendidikan Terakhir**

* + 1. **Jenis Kelamin, Usia, dan Lama Penggunaan Tiktok**

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Tabel 2. Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Usia, dan Lama Penggunaan Tiktok**

Karakteristik jawaban responden pada pertanyaan berapa lama menjadi pengguna aplikasi tiktok dikategorikan menjadi kurang dari dan lebih dari 3 bulan. Peneliti berasumsi bahwa waktu 3 bulan adalah waktu yang cukup untuk dapat menilai aplikasi tersebut. Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden, baik laki-laki maupun perempuan, telah menjadi pengguna Tiktok selama lebih dari atau sama dengan 3 bulan dengan mayoritas berusia lebih dari atau sama dengan 18 tahun. Hal ini sesuai dengan hasil analisis Kepios pada data iklan publikasi ByteDance yang menunjukkan bahwa rata-rata pengguna Tiktok secara global berada pada rentang usia 18-24 tahun. Visualisasi tabulasi data tersebut dapat dilihat pada Gambar 5.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 5. Karakteristik Data Jenis Kelamin, Usia, dan Lama Penggunaan Tiktok**

* + 1. **Jenis Kelamin, Usia, dan Fitur Unggulan**

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 6. Karakteristik Jenis Kelamin, Usia, dan Fitur Unggulan**

Fitur unggulan Tiktok menurut pilihan mayoritas responden laki-laki dan perempuan adalah algoritma rekomendasi yang sesuai, dukungan musik dan tarian yang beragam, fitur editing kreatif, serta komunitas yang aktif sehingga pengguna mudah berinteraksi dan berkolaborasi dengan sesama.

* + 1. **Tingkat Pendidikan Terakhir, Usia, dan Fitur Unggulan**

A screen shot of a computer code

Description automatically generated with low confidence

A picture containing text, screenshot, font, number

Description automatically generated

**Gambar 7. Karakteristik Tingkat Pendidikan Terakhir, Usia, dan Fitur Unggulan**

Responden yang memiliki pendidikan akhir setara SMP dan responden yang berpendidikan akhir Sarjana (S1) menyebutkan bahwa fitur unggulan Tiktok antara lain algoritma rekomendasi yang sesuai, dukungan musik dan tarian yang beragam, fitur editing kreatif, serta komunitas yang aktif. Mayoritas responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK dan diploma atau setara berpendapat bahwa fitur unggulan Tiktok dari aplikasi serupa adalah algoritma rekomendasi yang sesuai, dukungan musik dan tarian yang beragam, dan fitur editing kreatif. Sedangkan responden dengan tingkat pendidikan terakhir S2 memilih dukungan musik dan tarian yang beragam, fitur editing kreatif, konten pendek dan menarik, serta tantangan dan viralitas sebagai fitur unggulan aplikasi buatan China ini.

* + 1. **Jenis Kelamin, Usia, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi**

**A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence**

**Tabel 3. Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Usia, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi**

Karakteristik responden jika ditinjau dari jenis kelamin, usia, dan kemudahan penggunaan aplikasi menunjukkan bahwa mayoritas responden baik berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan menilai Tiktok adalah aplikasi yang tingkat kesulitannya sedang jika dinilai dari skala 1-5. Hasil temuan ini mendukung pernyataan mengapa Indonesia menempati posisi kedua sebagai pengguna Tiktok terbanyak di dunia. Bahkan pertumbuhan pengguna Tiktok di Indonesia meningkat sebesar 40 juta atau naik sekitar 58% pada periode Oktober 2022 sampai Januari 2023 (Kepios, 2023). Untuk memudahkan analisis, visualisasi dari Tabel 3 dapat dilihat pada Gambar 8.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 8. Karakteristik Jenis Kelamin, Usia, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi**

* + 1. **Jenis Kelamin, Usia, dan Kesesuaian Konten FYP dengan Minat**

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Tabel 4. Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Usia, dan Kesesuaian Konten FYP dengan Minat**

Menurut hasil tabulasi silang dari jenis kelamin, usia, dan kesesuaian konten fyp dengan minat pada Tabel 4, dapat dibuat pernyataan bahwa mayoritas responden baik laki-laki maupun perempuan, yaitu masing-masing secara berurutan sebesar 35 responden dan 60 responden, setuju bahwa konten *for your page* (FYP) yang muncul di beranda sudah sesuai dengan minat dengan minat responden. Pernyataan ini berbanding lurus dengan temuan bahwa algoritma rekomendasi yang sesuai dengan minat pengguna merupakan salah satu fitur unggulan pengguna Tiktok. Visualisasi dalam bentuk diagram batang bertumpuk dapat dilihat pada Gambar 9.

A screenshot of a computer screen

Description automatically generated with low confidence

**Gambar 9. Karakteristik Jenis Kelamin, Usia, dan Kesesuaian Konten FYP dengan Minat**

* + 1. **Karakteristik Jenis Kelamin, Usia, dan Kepuasan Pengguna Tiktok**

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 10. Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Usia, dan Kepuasan Pengguna Tiktok**

Temuan dari hasil tabulasi silang jenis kelamin, usia, dan kepuasan pengguna Tiktok yaitu bahwa mayoritas pengguna Tiktok usia lebih dari atau sama dengan 18 tahun merasa puas dengan fitur yang ada pada aplikasi, baik itu responden laki-laki maupun perempuan.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 11. Karakteristik Jenis Kelamin, Usia, dan Kepuasan Pengguna Tiktok**

Dari Gambar 11 dapat dilihat bahwa sebanyak 19 responden laki-laki berusia lebih dari atau sama dengan 18 tahun menjawab puas dan 2 responden lainnya menjawab sangat puas pada pertanyaan seberapa puaskah menggunakan fitur Tiktok secara keseluruhan dari skala 1-5. Sementara itu, 36 responden perempuan usia lebih dari atau sama dengan 18 tahun menjawab puas sedangkan 4 responden lain menjawab sangat puas.

* + 1. **Jenis Kelamin, Usia, dan Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok Kepada Rekan / Keluarga**

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

A picture containing text, screenshot, line, font

Description automatically generated

**Tabel 5. Tabulasi Silang Jenis Kelamin, Usia, dan Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok Kepada Rekan / Keluarga**

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa mayoritas responden perempuan berusia lebih dari atau sama dengan 18 tahun, sebanyak 31 orang, menjawab kemungkinan mereka merekomendasikan aplikasi Tiktok kepada rekan atau keluarga adalah tinggi. Sementara itu, 19 responden laki-laki berusia lebih dari atau sama dengan 18 tahun menjawab kemungkinan mereka merekomendasikan aplikasi ini kepada rekan atau keluarga adalah sedang. Dengan jumlah responden dan karakteristik yang sama, 14 orang lainnya menjawab kemungkinan mereka tinggi. Visualisasi penunjang kemudahan analisis pada tabulasi data tersebut dapat dilihat pada Gambar 12.

A picture containing text, screenshot, font, line

Description automatically generated

A picture containing text, screenshot, diagram, design

Description automatically generated

**Gambar 12. Karakteristik Data Jenis Kelamin, Usia, dan Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok Kepada Rekan/Keluarga**

* + 1. **Lama Waktu Bermain Tiktok (Jam/Hari)**

A picture containing text, screenshot, rectangle, display

Description automatically generated

**Gambar 13. Boxplot Lama Waktu Bermain Tiktok (Jam/Hari)**

Variabel lama waktu bermain tiktok yang menggunakan satuan jam per hari dapat divisualisasikan ke dalam bentuk *boxplot* seperti pada Gambar 13. Terlihat bahwa jarak antara garis median yang terletak di tengah *box* ke *upper whisker* lebih lebar daripada jarak ke *lower whisker.* Hal ini menunjukkan bahwa persebaran data tidak simetris karena cenderung memiliki ekor ke arah kanan.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Tabel 6. Statisik dari Boxplot Lama Waktu Bermain Tiktok (Jam/Hari)**

Mengacu pada Tabel 6, dapat diketahui bahwa minimal lama waktu responden bermain Tiktok dalam sehari adalah 1 jam dengan maksimal waktu 8 jam. Sebanyak 50% responden bermain Tiktok dalam sehari selama 3 jam. Mayoritas responden bermain Tiktok selama kurang dari 4,5 jam dalam sehari Adapun rata-rata lama waktu bermain Tiktok dalam sehari adalah 3,36 jam.

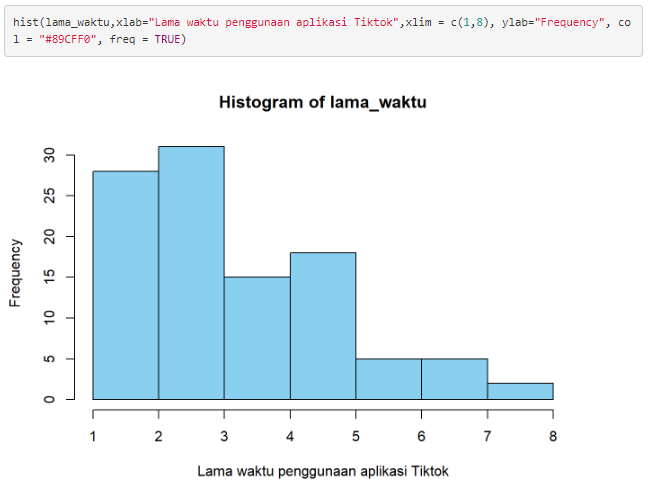
* 1. **Uji Normalitas (Distribusi Gaussian) Pada Lama Waktu Bermain Tiktok (Jam/Hari)**

Sebelum melakukan sebuah pengujian hipotesis pada data berskala numerik, perlu dilakukan pengecekan asumsi normalitas data karena hal tersebut sering menjadi asumsi untuk kebanyakan pengujian hipotesis yang mengiktui distribusi Gaussian. Oleh karena itu, pengecekan normalitas data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) dilakukan dengan menghitung nilai kemiringan atau *skewness.*

**A picture containing text, screenshot, line, font

Description automatically generated**

Nilai kemiringan atau *skewness* dari elative lama waktu bermain Tiktok setiap hari sebesar 0,893. Nilai positif dari kemiringan menunjukkan bahwa distribusi data yang berada di sebelah kanan lebih banyak, sehingga terdapat lebih banyak responden yang bermain Tiktok dalam waktu yang elative rendah pada data tersebut. Hal ini sesuai dengan interpretasi *boxplot* pada Gambar 13. Nilai kemiringan yang positif juga dapat diartikan bahwa nilai rata-rata lebih dari nilai median. Terbukti pada Tabel 6, nilai rata-rata sebesar 3,36 lebih besar dari nilai median sebesar 3. Selain *boxplot,* histogramjuga dapat digunakan untuk melihat kedekatan distribusi data mengikuti distribusi Gaussian.



**Gambar 14. Histogram Lama Waktu Bermain Tiktok (Jam/Hari**

Data yang berdistribusi normal memiliki kurva lonceng simetris karena data tersebar ke satu titik. Namun, histogram pada Gambar 14 menunjukkan distribusi yang miring ke kanan, seolah data memiliki ekor ke arah kanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak simetris atau cenderung tidak mengikuti distribusi normal (Gaussian). Untuk memperkuat pernyataan tersebut, dilakukan pengujian normalitas dengan uji Anderson-Darling dengan hipotesis sebagai berikut.

**H0: Distribusi data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) mengikuti distribusi normal**

**Ha: Distribusi data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) tidak mengikuti distribusi normal**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-value kurang dari 0,05.

*A picture containing text, font, receipt, white

Description automatically generated*

Diperoleh *p-value* sebesar 0,0000003 yang kurang dari 0,05 sehingga diputuskan tolak H0. Artinya, terbukti bahwa distribusi data lama waktu bermain tiktok (jam/hari) tidak mengikuti distribusi normal.

* 1. **Uji Rata-Rata Satu Sampel Waktu Yang Dihabiskan Responden Untuk Bermain Tiktok Setiap Hari**

Berdasarkan hasil eksplorasi data, rata-rata responden menghabiskan waktu 3,36 jam bermain Tiktok setiap hari. Oleh karena itu, dilakukan pengujian hipotesis untuk membuktikan apakah rata-rata tersebut signifikan atau tidak. Hipotesis yang diuji adalah

**H0:** **Rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari sama dengan 3,36 jam**

**Ha: Rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari lebih dari 3,36 jam.**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika |*t-value| > |critical value of t|* atau *p-value* kurang dari 0,05.

**A screenshot of a computer code

Description automatically generated with low confidence**

**Gambar 15. Statistik Uji Rata-rata Satu Sampel**

Berdasarkan gambar 14, absolut dari *t-value* sebesar 0,01 dan *p-value* sebesar 0,496 lebih dari 0,05 sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, terbukti bahwa rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari sama dengan 3,36 jam.

* 1. **Uji Rata-rata Dua Sampel Waktu Yang Dihabiskan Responden Untuk Bermain Tiktok Setiap Hari Berdasarkan Jenis Kelamin**

Peneliti ingin mengetahui apakah rata-rata waktu penggunaan aplikasi Tiktok berbeda berdasarkan jenis kelamin. Untuk itu, dilakukan pengujian rata-rata dua sampel dengan uji t. Namun, sebelum melakukan analisis rata-rata dua sampel, perlu dilakukan pengujian untuk memeriksa asumsi kesamaan varians dengan hipotesis sebagai berikut:

**H0: Varians waktu penggunaan Tiktok antara kelompok laki-laki dan perempuan sama**

**Ha: Varians waktu penggunaan Tiktok antara kelompok laki-laki dan perempuan tidak sama**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika *F-value > Critical value of f* atau *p-value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer program

Description automatically generated with low confidence

**Gambar 16. Statisik Uji Kesamaan Varians Sampel Laki-laki dan Perempuan**

Berdasarkan Gambar 16, dapat diketahui bahwa *F-value* sebesar 0,599dan *p-value* sebesar 0,07 lebih dari 0,05 sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, varians waktu penggunaan Tiktok antara kelompok laki-laki dan perempuan sama. Selanjutnya dilakukan pengujian rata-rata dua sampel dengan hipotesis sebagai berikut.

**H0: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan sama dengan responden laki-laki**

**Ha: Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan lebih tinggi daripada responden laki-laki**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer code

Description automatically generated with low confidence

**Gambar 17. Statistik Uji Rata-rata 2 Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin**

Gambar 17 menunjukkan *t-value* sebesar -0,522 dan *p-value* sebesar 0,698 lebih dari 0,05 sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, terbukti bahwa rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan sama dengan responden laki-laki.

* 1. **Uji Proporsi Satu Sampel**

Setelah meninjau kembali karakteristik data, peneliti menduga mayoritas responden setuju bahwa konten FYP yang muncul di beranda sudah sesuai dengan minat mereka. Oleh karena itu, dilakukan pengujian proporsi satu sampel dengan hipotesis sebagai berikut:

**H0: Mayoritas responden tidak setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sudah sesuai dengan minat**

**Ha: Mayoritas responden setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sesuai dengan minat**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer program

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 18. Statistik Uji Proporsi Satu Sampel**

Diperoleh nilai χ2 sebesar 94,24 dan *p-value* sebesar 0,000sehingga diputuskan tolak H0. Artinya, terdapat cukup bukti yang menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sesuai dengan minat.

* 1. **Uji Proporsi Dua Sampel**

Untuk mengetahui hubungan antara dua variabel kategorik dengan skala nominal atau ordinal, digunakan pengujian dua sampel independen. Jika hasil tabulasi data pada subbab karakteristik data menunjukkan ekspektasi frekuensi kurang dari lima, maka dapat digunakan uji Fisher untuk menguji signifikansi hubungan antara kedua variabel tersebut. Namun, jika ekspektasi frekuensi lebih besar dari lima, maka dapat digunakan uji **Chi-square*.***

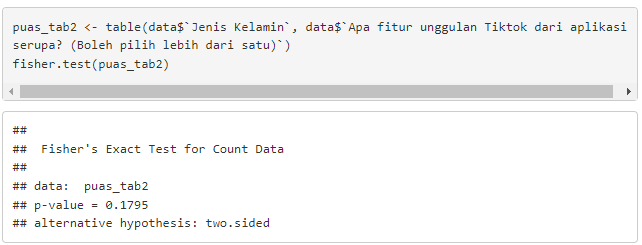
* + 1. **Fitur Unggulan dan Jenis Kelamin**

Hipotesis:

**H0: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna tidak berbeda antara jenis kelamin**

**Ha: Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.



**Gambar 19. Statistik Uji Fisher Fitur Unggulan dan Jenis Kelamin**

Berdasarkan Gambar 19, diperoleh *p-value* sebesar 0,179 lebih dari 0,05 sehingga gagal tolak H0. Dengan demikian, terbukti bahwa proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda.

* + 1. **Kepuasan Pengguna dan Jenis Kelamin**

Hipotesis:

**H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara jenis kelamin**

**Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok jenis kelamin**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with low confidence

**Gambar 20. Statistik Uji Chi-Square Jenis Kelamin dan Kepuasan Pengguna**

Diperoleh *p-value* sebesar 0,936 yang lebih dari 0,05 dengan nilai χ2 sebesar 0,131 dari Gambar 20, sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara kelompok jenis kelamin.

* + 1. **Kepuasan Pengguna dan Tingkat Pendidikan Terakhir**

Hipotesis:

**H0: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara tingkat pendidikan akhir**

**Ha: Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas berbeda antara kelompok tingkat pendidikan akhir**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer error

Description automatically generated with low confidence

**Gambar 21. Statisik Uji Chi-square Kepuasan Pengguna dan Tingkat Pendidikan Terakhir**

*P-value* dari Gambar 21 sebesar 0,056 yang lebih dari 0,05 sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas sama antara kelompok tingkat pendidikan akhir.

* + 1. **Jenis Kelamin dan Kemungkin Merekomendasikan Tiktok Kepada Rekan/Keluarga**

Hipotesis:

**H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan jenis kelamin**

**Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan jenis kelamin**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 22. Statistik Uji Fisher Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok Dan Jenis Kelamin**

Diperoleh *p-value* sebesar 0,437 yang lebih dari 0,05 sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan jenis kelamin, atau dengan kata lain, proporsi responden yang memilih kemungkinan merekomendasikan Tiktok tidak berbeda di antara responden perempuan dan laki-laki.

* + 1. **Jenis Kelamin dan Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok Kepada Rekan/Keluarga**

Hipotesis:

**H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan tingkat pendidikan terakhir**

**Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan tingkat pendidikan terakhir**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 23. Statistik Uji Fisher Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok dan Tingkat Pendidikan Terakhir**

Gambar 23 menunjukkan *p-value* sebesar 0,542 yang lebih dari 0,05 sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan tingkat pendidikan terakhir. Hal ini juga bisa diartikan bahwa tidak ada perbedaan proporsi kemungkinan merekomendasikan Tiktok pada setiap kategori tingkat pendidikan terakhir.

* + 1. **Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok Kepada Rekan/Keluarga dan Kepuasan Pengguna**

Hipotesis:

**H0: Tidak ada hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna**

**Ha: Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 24. Statistik Uji Fisher Kemungkinan Merekomendasikan Tiktok Kepada Rekan/Keluarga dan Kepuasan Pengguna**

Gambar 24 menunjukkan p-value sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05 sehingga diputuskan tolak H0. Dengan demikian, terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna.

* + 1. **Lama Penggunaan Tiktok dan Kepuasan Pengguna**

Hipotesis:

**H0: Tidak ada hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna**

**Ha: Terdapat hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A picture containing text, screenshot, font, display

Description automatically generated

**Gambar 25. Statistik Uji Fisher Lama Penggunaan Tiktok Dan Kepuasan Pengguna**

Diperoleh *p-value* sebesar 0,18 yang lebih besar dari taraf signifikan 0,05 sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, tidak ada hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna.

* + 1. **Kesesuaian Konten FYP dan Kepuasan Pengguna**

Hipotesis:

**H0: Tidak ada hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna**

**Ha: Terdapat hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna**

Pada taraf signifikan 0,05, daerah kritis tolak H0 jika p-*value* kurang dari 0,05.

A screenshot of a computer

Description automatically generated with medium confidence

**Gambar 26. Statistik Uji Fisher 4.6.8. Kesesuaian Konten FYP dan Kepuasan Pengguna**

Berdasarkan Gambar 26 dapat dilihat bahwa *p-value* sebesar 0,166 yang lebih besar dari taraf signifikan sehingga diputuskan gagal tolak H0. Artinya, tidak terdapat hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna.

**BAB V**

**SIMPULAN DAN SARAN**

* 1. **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas pengguna Tiktok di Indonesia pada awal tahun 2023 adalah perempuan dengan rasio 65% lebih banyak daripada pengguna laki-laki. Data ini konsisten dengan data demografi pengguna Tiktok secara global, di mana 54,1% pengguna Tiktok adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa Tiktok merupakan platform yang populer di kalangan perempuan di Indonesia.
2. Mayoritas pengguna Tiktok, baik laki-laki maupun perempuan, memiliki tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1) dan berusia sama dengan atau lebih dari 18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Tiktok di Indonesia umumnya adalah orang dewasa yang memiliki pendidikan tinggi.
3. Mayoritas responden, baik laki-laki maupun perempuan, telah menjadi pengguna Tiktok selama lebih dari atau sama dengan 3 bulan dan mayoritas berusia lebih dari atau sama dengan 18 tahun. Hasil ini sesuai dengan analisis Kepios pada data iklan publikasi ByteDance yang menunjukkan bahwa pengguna Tiktok secara global rata-rata berada pada rentang usia 18-24 tahun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Tiktok di Indonesia adalah orang dewasa yang telah menggunakan aplikasi tersebut selama lebih dari 3 bulan.
4. Fitur unggulan Tiktok menurut pilihan mayoritas responden laki-laki dan perempuan adalah algoritma rekomendasi yang sesuai, dukungan musik dan tarian yang beragam, fitur editing kreatif, serta komunitas yang aktif sehingga pengguna mudah berinteraksi dan berkolaborasi dengan sesama.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur unggulan Tiktok menurut responden bervariasi berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang dimiliki.
6. Mayoritas responden, baik laki-laki maupun perempuan, menilai tingkat kesulitan penggunaan aplikasi Tiktok adalah sedang. Hal ini konsisten dengan pertumbuhan pengguna Tiktok yang signifikan di Indonesia, yang meningkat hingga 58% dalam periode Oktober 2022 hingga Januari 2023, serta menjadikan Indonesia sebagai negara kedua dengan pengguna Tiktok terbanyak di dunia. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan Tiktok menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat pengguna di Indonesia.
7. Mayoritas responden baik laki-laki maupun perempuan setuju bahwa konten *for your page* (FYP) yang muncul di beranda sudah sesuai dengan minat dengan minat responden.
8. Mayoritas pengguna Tiktok usia lebih dari atau sama dengan 18 tahun merasa puas dengan fitur yang ada pada aplikasi Tiktok.
9. Mayoritas pengguna Tiktok perempuan usia 18 tahun ke atas merasa puas dengan fitur aplikasi dan mungkin akan merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain. Sementara itu, mayoritas pengguna laki-laki usia 18 tahun ke atas juga merasa puas dengan aplikasi, namun kemungkinan merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain sedikit lebih rendah dibandingkan dengan responden perempuan.
10. Mayoritas responden bermain Tiktok selama kurang dari 4,5 jam dalam sehari. Rata-rata lama waktu bermain Tiktok dalam sehari adalah 3,36 jam, yang dapat dikategorikan sebagai waktu yang relatif lama.
11. Distribusi data lama waktu bermain Tiktok cenderung tidak simetris dan tidak mengikuti distribusi normal.
12. Rata-rata waktu yang dihabiskan responden untuk bermain Tiktok setiap hari sama dengan 3,36 jam.
13. Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan sama dengan responden laki-laki.
14. Rata-rata lama waktu penggunaan aplikasi Tiktok responden perempuan sama dengan responden laki-laki.
15. Mayoritas responden setuju konten FYP (*For Your Page*) yang muncul di beranda sesuai dengan minat.
16. Proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin berbeda.
17. Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas tidak berbeda antara kelompok jenis kelamin.
18. Proporsi pengguna yang merasa sangat puas/puas sama antara kelompok tingkat pendidikan akhir.
19. Proporsi responden yang memilih kemungkinan merekomendasikan Tiktok tidak berbeda di antara responden perempuan dan laki-laki.
20. Tidak ada perbedaan proporsi kemungkinan merekomendasikan Tiktok pada setiap kategori tingkat pendidikan terakhir.
21. Terdapat hubungan antara kemungkinan merekomendasikan Tiktok dan kepuasan pengguna.
22. Tidak ada hubungan antara lama penggunaan Tiktok dan kepuasan pengguna.
23. Tidak terdapat hubungan antara kesesuaian konten FYP dan kepuasan pengguna.
    1. **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, peneliti menyarankan agar pihak pengembang aplikasi menjaga kualitas dan konsistensi fitur aplikasi Tiktok untuk memenuhi kepuasan pengguna yang telah merasa puas dengan fitur aplikasi. Kemudian, perbedaan proporsi pilihan fitur unggulan pengguna antara kelompok jenis kelamin juga perlu diperhatikan agar dapat mengembangkan fitur yang lebih menarik bagi setiap kelompok.

# DAFTAR PUSTAKA

Alhabash, S., Ma, M., Yang , S., & Huang, C. (2022). Communicating interpersonal connections through social media: A comparative analysis of Snapchat and TikTok. *Computers in Human Behavior*.

Astuti, S. W., & Subandiah, D. S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunanya. *PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI*.

Chen, J., Li, M., & Wang, Y. (2021). Investigating the factors influencing viral video diffusion on social media platforms: A case study of TikTok. *IEEE Access*.

Cody, R., & Smith, J. (2018). *Applied Statistics and the SAS Programming Language (6th ed.).* Pearson.

Conover, W., & Johnson, M. (2013). A Comparative Study of Parametric and Nonparametric Statistical Procedures in the Analysis of Data. *The American Statistician*.

Field, A. (2018). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics.* Sage Publications.

Katz, E, Blumler, J., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*.

Kepios. (2023, May 6). *Digital 2023: Indonesia.* Retrieved from Data Reportal: https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia#:~:text=In%20early%202023%2C%2066.1%20percent,while%2033.9%20percent%20was%20male.

Kim, J., Han, D., & Yoo, M. (2020). Exploring the effects of social media use on happiness: The moderating role of loneliness. *Information Technology & People*.

Li, X., Liang, J., & Lin, Y. (2020). Exploring social commerce determinants of TikTok. *nternational Journal of Information Management*.

Li, Y., Sun, Y., Wu, J., Wang, Y., & Xie, Z. (2021). Examining Chinese users' adoption of TikTok: An empirical study based on UTAUT2. *Information Processing & Management*.

Lim, S., Kim, D., & Nam, Y. (2021). The influence of gratifications on user-generated content (UGC) engagement in TikTok. *Computers in Human Behavior*.

Madyaningrum, M., Masnun, N., & Kusuma, H. (2018). Convenience Sampling: Its Applicability and Limitation. *Indonesian Journal of Applied Statistics*.

Mandagie, S., & Kartawijaya, F. (2020). *TikTok: Panduan Lengkap Untuk Membuat, Menjadi Selebgram, dan Menghasilkan Uang di TikTok.* Jakarta: D'Agung.

Nurmaini, N., Kurniawan, T., & Primawan, N. (2020). Model Kelayakan Penggunaan TikTok Sebagai Media Pembelajaran Daring. *Jurnal Pendidikan Fisika dan Teknologi*.

Pangaribuan, H., & Hutasoit, R. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile berdasarkan Model ACSI: Studi Kasus Aplikasi TikTok. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK)*.

Rangkuti, F. (2020). *Analisis Data Kualitatif dan Kuantitatif.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations (5th ed.).*

Rusmana, H. (2021). Media Sosial dan Partisipasi Politik Masyarakat di Era Industri 4.0. *Jurnal Studi Komunikasi*.

Sari, R., & Ismono, H. (2020). Analisis tabulasi silang pengelompokan data eksploratif pada atribut produk terhadap loyalitas konsumen di Tokopedia. *Jurnal Data Mining & Kriptografi*.

Stephens, M. A. (1974). EDF Statistics for Goodness of Fit and Some Comparisons. *Journal of the American Statistical Association*.

Sun, Y., Shao, C., & Zhou, Y. (2021). What drives users' knowledge sharing behavior on TikTok? A perspective from social cognitive theory. *Online Information Review*.

Triyanto, R., & Wahyudi, R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Konten Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi TikTok di Surabaya. *Jurnal Manajemen Informatika dan Sistem Informasi*.

Xu, X., Song, P., & Zhao, D. (2020). Intelligent recommendation algorithm of TikTok short video based on the Fuzzy C-Means and K-means clustering.

**LAMPIRAN :**

A screenshot of a social media post

Description automatically generated with low confidence

A screenshot of a chat

Description automatically generated with medium confidenceA screenshot of a computer

Description automatically generated with low confidence

A screenshot of a cell phone

Description automatically generated with medium confidence

A screenshot of a questionnaire

Description automatically generated with low confidence

A screenshot of a google form

Description automatically generated with medium confidence