

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan teknologi informasi serta komunikasi merupakan perihwal yang tidak bisa dijaui. Kemajuan teknologi informasi serta komunikasi sudah membagikan dampak yang besar pada semua pandangan kehidupan masyarakat. Salah satu wujud teknologi informasi serta komunikasi yang kerap dipakai saat ini serta tidak lepas dari seluruh aktivitas manusia yaitu internet. Kemajuan internet juga memberikan akibat yang penting kepada perkembangan perekonomian yaitu bisnis, sebab para pengusaha mengalami perubahan dalam pemasaran. Saat ini orang - orang sudah terbiasa dengan bisnis *online*, dimana hal itu mempermudah pelanggan dalam membeli tanpa wajib menghabiskan waktu serta tenaga. Masyarakat hanya butuh menggunakan *gadget* untuk melakukan transaksi *online* dimanapun mereka berada. Kemudahan dalam transaksi inilah yang membuka peluang untuk pelaku bisnis serta industri *e-commerce* untuk berkembang dengan cepat di Indonesia (Aulia et al., 2023: 58).

Salah satu yang menjadi faktor pertimbangan konsumen dalam melakukan transaksi *online* yaitu kepercayaan. Kepercayaan konsumen dalam berbelanja *online* merupakan elemen krusial yang memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini mencakup keyakinan bahwa penjual akan bertindak dengan integritas dan dapat dipercaya, serta akan memenuhi semua kewajiban yang diharapkan dalam transaksi, mulai dari pengiriman produk hingga penyelesaian masalah apabila terjadi. Dengan demikian, kepercayaan ini menjadi fondasi yang kuat bagi konsumen untuk merasa aman dan nyaman dalam melakukan pembelian secara

online (Napitupulu & Supriyono, 2022: 791). Selain itu, pemodalan dalam prasarana keamanan serta kenaikan kejernihan merupakan kunci untuk membuat kepercayaan pelanggan yang kokoh dalam berbelanja online.

Keamanan dalam belanja online merupakan hal yang amat penting untuk pelanggan supaya pelanggan bisa merasa nyaman serta percaya dikala mengakses dan melaksanakan pembelian serta bisnis dengan cara online (Napitupulu & Supriyono, 2022). Keamanan merupakan keahlian online shop disaat berlangsungnya pengurusan serta pengawasan keamanan pada transaksi data yang dicoba. Terdapatnya agunan keamanan mempunyai andil penting dalam rangka meningkatkan kepercayaan lewat penurunan persepsi pelanggan terkait adanya kecurangan informasi individu sertatransaksi data yang rawan cacat (Atmaja & Achsa, 2022). Selain keamanan, kualitas produk juga menjadi faktor penting bagi konsumen sebelum melakukan transaksi *online*.

Sebagai pelaku bisnis tentu mencermati kualitas produk yang hendak dijual, karena pelanggan membutuhkan kualitas produk yang bagus serta proporsional dengan harga yang dibeli (Siagian et al., 2023: 216). Kualitas produk merupakan bagian penting yang bisa membuktikan bahwa sesuatu produk yang ditawarkan bermanfaat dari sudut pandang konsumen dan mewakili harapan konsumen yang wajib dipadati. Sehingga bisa dikatakan bahwa kualitas produk adalah konsep yang paling penting dalam memproduksi atau membuat suatu produk, karena produk yang berkualitas merupakan produk yang diterima oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan atau keinginan dari pelanggan itu sendiri (Asep Suhendar Aprilia, 2022:

2724). Perusahaan perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk mereka untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan terhadap produk yang dijual.

Keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari seluruh pengganti yang ditawarkan yang mencakup suatu estimasi dalam perihal pembelian sesuatu produk. Suatu industri wajib Keputusan pembelian merupakan hasil akhir dari seluruh pengganti yang ditawarkan yang mencakup suatu estimasi dalam perihal pembelian sesuatu produk. Suatu industri wajib sanggup menganalisa kemauan pelanggan serta cara pengumpulan ketetapan (Siagian et al., 2023: 218). Keputusan pembelian merupakan suatu cara yang dimulai dikala pelanggan mengenali perkaranya, mendapatkan suatu informasi mengenai produk ataupun merek yang di idamkan, setelah itu mempraktikkan penilaian produk ataupun merek yang diseleksi, alhasil ada sebagian pengganti yang bisa diseleksi untuk membongkar permasalahan itu, setelah itu serangkaian cara yang dilewati itu mengarah pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian mempunyai format yang antara lain merupakan mengenali permasalahan, penajaman data serta alternative penilaian (Atmaja & Achsa, 2022: 404).

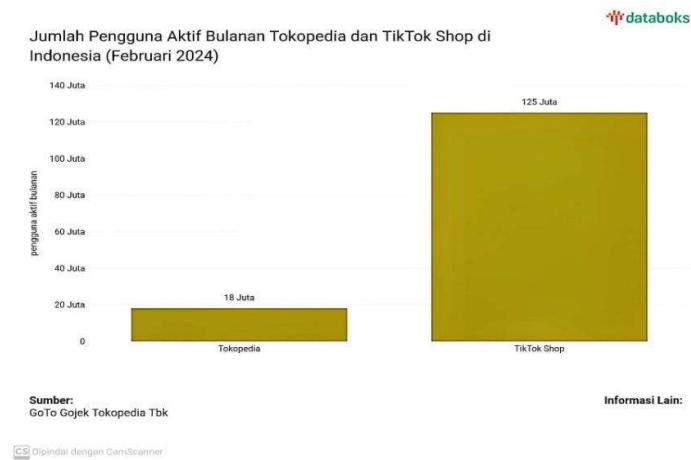
Menurut laporan tahunan Bank Indonesia 2023, transaksi e-commerce akan semakin meningkat dari 2,8% jadi Rp487 triliun pada tahun 2024 dan 3,3% jadi Rp503 triliun pada tahun 2025. Berdasarkan pada kenaikan transaksi e-commerce, para pengusaha yang akan mencari kesempatan bisnis di e-commerce wajib mampu bersaing di e-commerce dengan meningkatkan kepercayaan konsumen, keamanan dan kualitas produk untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dengan

membangun kepercayaan konsumen, keamanan dan kualitas produk pelanggan akan lebih terpikat serta memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Salah satu platform penjualan online yang saat ini sangat ramai yaitu TikTok *Shop*. TikTok *Shop* merupakan platform sosial *commerce* yang dikeluarkan oleh TikTok pada tahun 2021. Ini ialah tahap yang didapat oleh TikTok untuk membolehkan konsumen berbelanja langsung dari aplikasi mereka. TikTok *Shop* membolehkan konsumen buat menciptakan serta membeli produk langsung dari video yang mereka lihat di aplikasi. Ini menyatukan elemen media sosial dengan pengalaman berbelanja online, memberikan kesempatan baru untuk bidang usaha serta influencer untuk menjual produk mereka dengan cara langsung pada konsumen TikTok.

TikTok *Shop* juga memungkinkan pengguna untuk menjelajahi, membeli, dan berinteraksi dengan bermacam produk yang dipromosikan oleh konten kreator. Produk di TikTok *Shop* melingkupi alat elektronik, kebutuhan rumah tangga, pakaian, makanan dan minuman serta beberapa produk yang lain yang kerap dipromosikan dalam bentuk video oleh konten kreator TikTok. Konsumen bisa menciptakan berbagai produk dari bermacam merek serta model, dan memperoleh gagasan dari konten yang dibagikan oleh konten kreator di platform.

**Gambar 1. 1** Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tokopedia dan Tiktok Shop di Indonesia



### Sumber : GoTo Gojek Tokopedia TBK, Februari 2024

*E-commerce* Tokopedia menjalankan kemitraan penting dengan TikTok *Shop* guna memperluas capaian pasar mereka di Indonesia. Bersumber pada Paparan Khalayak Insidental versi Februari 2024 dari GOTO, satini Tokopedia mempunyai sekitar 18 juta konsumen aktif bulanan. Sedangkan jumlah konsumen aktif bulanan TikTok Shop di Indonesia menggapai 125 juta. Konsumen Tokopedia mempunyai atensi penting untuk produk elektronik, fast moving consumer goods (FMCG), dan perkakas rumah tangga (home and living). Di bagian lain, konsumen TikTok Shop cenderung mempunyai sikap berbelanja impulsif, menggemari konten live streaming, serta banyak memilah tata cara pembayaran cash on delivery (COD). Berlainan dengan Tokopedia, konsumen TikTok *Shop* terdaftar mempunyai atensi penting buat produk mode serta pemeliharaan kecantikan.

Dapat dilihat dari penilaian salah satu toko (seller) pada Tiktok *Shop* yang bernama “WANKEI STORE”, pada toko itu masih ada banyak penilaian kurang baik terkait kepercayaan, alhasil timbulnya bintang satu pada penilaian toko yang menyebabkan keraguan dalam memutuskan pembelian produk pada toko itu.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut, sehingga dapat kita tahu bahwa kepercayaan merupakan salah satu hal yang penting di perhatikan dalam keputusan pembelian.

**Tabel 1. 1** Keluhan Pelanggan Terkait Kepercayaan Terhadap Produk Powerbank

No.	Keluhan Pelanggan
1.	Barang nya aman real pick tapi di kirim tidak sesuai dg pesanan asal alasan tidak mementingkan request nya customer beda ama yg di pesan maaf yaa karna toko puas karna bintang nya customer puas dg pesanan nya tapi ini tidak semoga amanah lagi
2.	Kok ga sesuai sm yg di gambar ya Saya pesan nya yang 50000 mAh malah yg datang 20000 mAh yah ga Terima banget, ga ikhlas sumpah mana beli ny sm dngn harga power bank yg 50000 mAh lagi
3.	Barang yang dikirim palsu, kecewa banget

**Sumber:** Tiktok Shop (2024)

Kepercayaan konsumen terhadap toko WANKEI STORE di Tiktok *Shop* bisa di lihat pada table 1.1 bahwa kepercayaan yang di berikan kepada konsumen tidak sesuai dengan harapan konsumen. Salah satu keluhan pelanggan ialah pelanggan mengeluh bahwa barang yang diterima berbeda dengan pesanan mereka. Walaupun barang yang diterima asli, pengiriman yang tidak cocok dengan pesanan pelanggan sehingga menghasilkan ketidakpuasan. Untuk menanggulangi permasalahan ini, TikTok *Shop* serta pedagang wajib tingkatkan sistem konfirmasi pesanan konsumen saat sebelum pengiriman. Pedagang juga perlu untuk memastikan bahwa setiap pesanan dicek kembali dengan teliti serta cocok dengan detail yang diminta oleh pelanggan. Tidak hanya itu, sebaiknya menyediakan layanan yang responsif serta kebijaksanaan pengembalian barang yang mudah bisa menolong menuntaskan keluhan dengan cepat serta memperbaiki kepercayaan pelanggan.

Tidak hanya itu pelanggan juga mengeluh bahwa mereka menerima power bank dengan kapasitas yang jauh lebih kecil dari yang dipesan. Mereka merasa amat

kecewa sebab barang yang diperoleh tidak cocok dengan deskripsi produk. Buat menanggulangi permasalahan ini, TikTok *Shop* butuh memberlakukan ketentuan yang ketat kepada pedagang supaya membagikan deskripsi produk yang akurat serta transparan. Tidak hanya itu, kebijaksanaan pengembalian dana ataupun pengalihan barang yang jelas serta cepat wajib diterapkan untuk permasalahan produk yang diperoleh tidak sesuai dengan yang dipesan.

Selain itu pelanggan merasa amat kecewa sebab menerima barang yang palsu. Ini menghasilkan rasa ketidakpercayaan kepada pedagang serta platform. TikTok *Shop* wajib memperketat cara konfirmasi pedagang serta memastikan bahwa hanya produk asli yang dapat dijual pada platform Tiktok. Tidak hanya itu, memberikan jaminan keaslian produk serta membuat tim yang khusus untuk menanggulangi keluhan terkait barang yang palsu dapat membantu meminimalisir permasalahan semacam ini serta melindungi kepercayaan pelanggan.

Keamanan juga masih terdapat beberapa keluhan pelanggan di Tiktok *Shop* yang menunjukkan kekhawatiran konsumen terkait keamanan data, penyalahgunaan informasi, dan proses yang tidak aman. Terdapat informasi dari berita atau laporan investigasi yang mengungkapkan masalah keamanan di Tiktok *Shop*.

**Tabel 1. 2** Keluhan Pelanggan Terkait Keamanan di Tiktok *Shop*

No.	Keluhan Pelanggan
1.	Saya takut dengan keamanan informasi saya sehabis melaksanakan pembelian di tiktok. Apakah data saya aman?
2.	Saya merasa tidak aman dengan proses pembayaran di tiktok shop. Apakah terdapat proteksi yang lumayan pada transaksi saya?
3.	Apakah tiktok mempunyai langkah- langkah keamanan yang mencukupi untuk mencegah akun konsumen dari akses yang tidak legal ataupun pembobolan?

**Sumber:** Tiktok Shop (2024)

Berdasarkan table 1.2 dapat dilihat bahwa masih terdapat keluhan pelanggan terkait keamanan yang membuat pelanggan ragu ataupun khawatir untuk melakukan transaksi pada toko *online* Tiktok *Shop*. Salah satu keluhan pelanggan terkait keamanan ialah Banyak pelanggan merasa takut mengenai keamanan informasi individu mereka sehabis melaksanakan pembelian di TikTok *Shop*. Mereka khawatir jika data sensitif semacam alamat, no telepon, serta perinci pembayaran mereka bisa jadi tidak ditaruh dengan aman ataupun dapat disalahgunakan. Dalam menanggulangi kekhawatiran ini, TikTok bisa tingkatkan kejernihan hal kebijaksanaan pribadi serta langkah-langkah keamanan informasi yang diaplikasikan. Sediakan sertifikasi keamanan semacam PCI DSS (*Payment Card Industry Informasi Security Standard*) serta menginformasikan konsumen mengenai enkripsi informasi yang digunakan dapat membantu tingkatkan kepercayaan pelanggan terhadap keamanan informasi individu mereka.

Tidak hanya itu pelanggan kerap merasa tidak nyaman dengan cara pembayaran di TikTok *Shop*. Mereka takut apabila perinci kartu angsuran ataupun data keuangan yang lain dapat dicuri ataupun disalahgunakan. TikTok bisa menguatkan keyakinan ini dengan menerapkan tata cara pembayaran yang nyaman semacam tokenisasi, di mana data kartu angsuran ditukar dengan token yang tidak bisa dipakai di luar kondisi bisnis itu. Tidak hanya itu, bertugas serupa dengan fasilitator layanan pembayaran terpercaya serta membagikan alternatif pembayaran bonus semacam dompet digital ataupun memindahkan bank bisa menolong kurangi kebingungan pelanggan.



Selain itu Pelanggan juga menanyakan apakah TikTok mempunyai langkah-langkah keamanan yang mencukupi dalam mencegah akun mereka dari akses bawah tangan ataupun pembobolan. Untuk menanggulangi kebingungan ini, TikTok bisa mengadopsi aplikasi terbaik semacam autentikasi 2 aspek (2FA), yang meningkatkan susunan keamanan bonus dengan membutuhkan konfirmasi lewat fitur kedua tidak hanya kata sandi. Tidak hanya itu, memberikan bimbingan keamanan yang nyata serta menganjurkan konsumen untuk memakai kata sandi yang kokoh dan dengan cara rutin mengubahnya bisa menolong tingkatan keamanan akun.

Kualitas produk merupakan suatu cerminan seberapa baik serta tahannya suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan, tetapi masih terdapat beberapa keluhan pelanggan saat berbelanja di TikTok Shop

**Tabel 1. 3** Keluhan Pelanggan Mengenai Kualitas Produk Blazer

No.	Keluhan Pelanggan
1.	Baru kali ini belanja di tik tok mengecewakan... Barangnya ga sesuai... Tipis jelek... Padahal di livenya bahannya tebal dan bagus... Bener2 kecewa...
2.	Menurut saya jelek... nyesel beli ini. Gak bakalan kepake. Bajunya gede gak berbentuk
3.	Kecewa krna pas bru dibuka bajunya ada beberapa yg bolong. Klo pesen yg wrna gelap sih okeoke aja, ini wrnanya terang, jdi bkal keliatan bnget.

**Sumber:** Tiktok Shop (2024)

Berdasarkan table 1.3 dapat dilihat bahwa terdapat keluhan pelanggan mengenai kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga membuat pelanggan merasa kecewa. Terdapat keluhan pelanggan bahwa pelanggan merasa amat kecewa dikarenakan barang yang diperoleh tidak sesuai dengan deskripsi yang disampaikan pada saat siaran langsung (live). Mereka mengeluh

bahwa bahan produk nyatanya pipih serta kurang baik, berlainan dengan yang diperlihatkan. Dalam menanggulangi permasalahan ini, TikTok *Shop* perlu memastikan bahwa pedagang harus membagikan deskripsi produk yang akurat serta tidak menyesatkan sepanjang siaran langsung. Menerapkan sistem konfirmasi produk saat sebelum pedagang bisa melaksanakan siaran langsung serta membagikan penataran pembibitan pada pedagang mengenai pentingnya transparansi dapat membantu kurangi ketidakpuasan pelanggan.

Selain itu pelanggan merasa kecewa sebab busana yang diperoleh tidak cocok dengan ekspektasi mereka. Busana itu sangat besar serta tidak berupa, alhasil tidak dapat dipakai. TikTok *Shop* bisa tingkatkan kepuasan pelanggan dengan sediakan bimbingan dimensi yang lebih perinci serta akurat untuk setiap produk. Tidak hanya itu, platform bisa membolehkan pengembalian ataupun pengalihan produk dengan cara yang gampang bila dimensi ataupun wujudnya tidak cocok dengan yang diharapkan pelanggan.

Disamping itu pelanggan mengeluh karena busana yang mereka terima terdapat beberapa lubang saat dibuka. Permasalahan ini amat nampak pada busana berwarna terang. TikTok *Shop* wajib memastikan bahwa pedagang melaksanakan pengecekan kualitas yang ketat saat sebelum mengirim barang. Sediakan layanan pelanggan yang responsif serta kebijaksanaan pengembalian ataupun penukaran baran yang cacat tanpa bayaran tambahan dapat menolong menuntaskan permasalahan ini serta tingkatkan kepercayaan pelanggan. Kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas merek. Sebaliknya, produk dengan kualitas rendah dapat membuat konsumen kecewa dan

cenderung menghindari pembelian di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk mereka untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan terhadap produk yang dijual. Kualitas produk yang tinggi juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas merek. Sebaliknya, produk dengan kualitas rendah dapat membuat konsumen kecewa dan cenderung menghindari pembelian di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk mereka untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan terhadap produk yang dijual.

Keputusan pembelian pelanggan kerap kali dipengaruhi oleh faktor-faktor semacam kepercayaan, keamanan, serta kualitas produk. Pelanggan mengarahkan pembelian mereka dengan merek ataupun pedagang yang mereka percayai, tidak hanya berdasarkan nama merek, pengalaman lebih dahulu, ataupun saran dari orang lain. Tidak hanya itu, keamanan juga menjadi pertimbangan yang berarti untuk pelanggan; mereka mau merasa nyaman dalam melaksanakan pembelian, baik dari segi pembayaran ataupun mutu produk yang diperoleh. Agunan hendak keamanan produk serta layanan pelanggan pula bisa meningkatkan kepercayaan pelanggan. Terakhir, kualitas produk memainkan kedudukan kunci dalam ketetapan pembelian. Pelanggan mencari produk yang mempunyai kualitas yang bagus serta cocok dengan ekspektasi mereka. Bila suatu produk dikira mempunyai kualitas yang melegakan, pelanggan hendak merasa lebih percaya serta puas dalam membelinya. Dengan begitu, kepercayaan, keamanan, serta kualitas produk saling terkait serta berpengaruh dalam keputusan pembelian pelanggan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, KEAMANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SOSIAL *COMMERCE* TIKTOK *SHOP* DI KOTA BATAM”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan oleh peneliti sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Produk yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan sehingga pelanggan merasa kecewa.
2. Barang yang dipesan pelanggan tidak sesuai dengan deskripsi yang ada membuat pelanggan memberi ulasan buruk.
3. Pelanggan mengembalikan barang karena barang yang diterima tidak asli atau palsu.
4. Kapasitas produk yang dipesan tidak sesuai dengan deskripsi toko yang mengakibatkan rating toko rendah.
5. Pelanggan masih sering merasa ragu karena kualitas produk tidak sesuai dengan apa yang disampaikan pihak toko.
6. Keraguan pelanggan mengenai keamanan data setelah melakukan transaksi semakin tinggi.
7. Pelanggan merasa tidak aman dengan proses pembayaran yang tersedia karena maraknya penipuan.

8. Keamanan akun dari pembobolan membuat pelanggan ragu untuk melakukan transaksi.
9. Pelanggan mendapat pemberitahuan mencurigakan setelah transaksi, membuat pelanggan merasa tidak aman.
10. Resiko keamanan bisnis *online*, terjadinya penipuan yang mengakibatkan pelanggan ragu untuk belanja *online*.
11. Pelanggan kecewa karena kualitas produk yang diterima tidak bagus.
12. Bahan dari produk yang diterima pelanggan buruk sehingga pelanggan tidak tertarik untuk membeli lagi.
13. Produk yang diterima pelanggan rusak membuat pelanggan merasa rugi.
14. Banyaknya ulasan buruk akibat kualitas produk tidak sesuai dengan gambar yang di cantumkan.
15. Pelanggan merasa tertipu karena kualitas produk tidak sesuai dengan harga yang diberikan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya melibatkan pengguna TikTok terkait dengan Kepercayaan Konsumen, Keamanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosial *Commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.
2. Penelitian dilakukan pada pengguna Tiktok di Batam yang telah melakukan transaksi di toko TikTok.
3. Lokasi Penelitian: di Batam

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei dan kuisisioner kepada pengguna TikTok di Batam.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah peneliti uraikan diatas maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pada sosial *commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam?
2. Apakah keamanan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pada sosial *commece* Tiktok *Shop* di Kota Batam?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pada sosial *commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam?
4. Apakah kepercayaan konsumen, keamanan, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada sosial *commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan penelitian yang disusun oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada sosial *commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada sosial *commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada sosial *commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen, keamanan dan kualitas produk secara bersama - sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada sosial *commerce* Tiktok *Shop* di Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan kajian terkait pengaruh kepercayaan, keamanan, dan kualitas produk pada sosial *commerce* Tiktok *Shop*, juga menambah pengetahuan penelitian yang telah ada serta bisa dimanfaatkan sebagai pembandingan pada penelitian selanjutnya.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi peneliti, berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk penerapan ilmu wawasan yang sudah didapat sepanjang perkuliahan serta juga mengenali hingga sejauh mana kualitas ataupun kemampuan mahasiswa dalam memberikan teori yang sudah ditelitinya kedalam dunia kerja.
2. Bagi Tiktok *Shop*, hasil penelitian diharapkan bisa dipergunakan sebagai dasar yang objektif dalam mengutip keputusan dan selaku pondasi buat memastikan langkah- langkah yang hendak dilakukan oleh perusahaan pada masa yang akan datang, sebagai hasil yang hendak di informasikan baik secara langsung ataupun tidak langsung.

3. Bagi peneliti lain, Sebagai bahan informasi dan sarana referensi untuk peneliti yang lain jika hendak melaksanakan penelitian dengan variabel ataupun faktor-faktor yang terkait.