



PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED ENJOYMENT*, DAN *TRUSTWORTHINESS* TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN TIKTOK SEBAGAI *SEARCH ENGINE*

SKRIPSI

CATRA BANU INDRA PURI 2210111103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**



**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED
ENJOYMENT, DAN TRUSTWORTHINESS TERHADAP
MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN TIKTOK SEBAGAI
SEARCH ENGINE**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

CATRA BANU INDRA PURI 2210111103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Catra Banu Indra Puri
NIM : 2210111103

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 Juni 2026

Yang menyatakan,



Catra Banu Indra Puri

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Catra Banu Indra Puri

NIM : 2210111103

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas skripsi saya yang berjudul:

"Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Trustworthiness terhadap Minat Generasi Z Menggunakan TikTok sebagai Search Engine."

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mendistribusikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 20 Juli 2026

Yang menyatakan,



Catra Banu Indra Puri

SKRIPSI

**Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan
Trustworthiness terhadap Minat Generasi Z Menggunakan TikTok
sebagai Search Engine**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

CATRA BANU I 2210111103

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 30 Juni 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

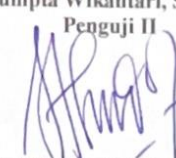

Dienna Rahjatini Sholihah, SE. MM
Ketua Penguji


Ajeng Septiana Wulansari, SE., MBA
Penguji I


Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM
Penguji II




Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan


Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 30 Juni 2026

Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Trustworthiness terhadap Minat Generasi Z Menggunakan TikTok sebagai Search Engine

By Catra Banu Indra Puri

Abstract

The rapid development of digital technology has transformed information-seeking behavior among Generation Z. TikTok, which was initially recognized as an entertainment platform, is increasingly being utilized as a search engine to obtain information about products, services, businesses, and various other topics. This study aims to examine the influence of Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, and Trustworthiness on Generation Z's intention to use TikTok as a search engine. A quantitative research approach was employed, with data collected through questionnaires distributed to 150 Generation Z respondents residing in Jakarta, Indonesia, who had previously used TikTok as an information search platform. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) method with SmartPLS 4.0 software. The findings indicate that Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on the intention to use TikTok as a search engine. Perceived Enjoyment also has a positive and significant effect on usage intention. Meanwhile, Trustworthiness has a negative and significant effect on usage intention. This study concludes that perceived ease of use and perceived enjoyment are the primary factors driving Generation Z's intention to use TikTok as a search engine. In contrast, trustworthiness is not the main consideration when using TikTok as an information-search platform.

Keywords: *Generation Z, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Search Engine, TikTok, Trustworthiness, Usage Intention.*

**Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, dan
Trustworthiness terhadap Minat Generasi Z
Menggunakan TikTok sebagai Search Engine**

Oleh Catra Banu Indra Puri

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku pencarian informasi pada Generasi Z. TikTok yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan kini mulai dimanfaatkan sebagai search engine untuk mencari informasi mengenai produk, jasa, bisnis, hingga berbagai topik lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, dan *Trustworthiness* terhadap minat Generasi Z menggunakan TikTok sebagai search engine. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden Generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta dan pernah menggunakan TikTok sebagai media pencarian informasi. Data penelitian dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan TikTok sebagai search engine.. *Perceived Enjoyment* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Sementara itu, *Trustworthiness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dan kesenangan yang dirasakan pengguna menjadi faktor utama yang mendorong minat Generasi Z menggunakan TikTok sebagai search engine. Sebaliknya, aspek kepercayaan bukan menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan TikTok sebagai media pencarian informasi.

Kata Kunci: Generasi Z, Minat Penggunaan, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, Search Engine, TikTok, *Trustworthiness*.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TA. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 30 Juni 2026, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Catra Banu Indra Puri

NIM : 2210111103

Program Studi : Manajemen SI

Judul Tugas Akhir :

Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Trustworthiness terhadap Minat Generasi Z Menggunakan TikTok sebagai Search Engine

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus Sidang Ulang***, dengan Nilai Rata-Rata **83,73** dan Nilai Huruf **A**...

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dienni Ruhjatini Sholihah, SE.MM.	Ketua	
2	Ajeng Septiana Wulansari, SE.,MBA	Anggota I	
3	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S.,MBA.,CWM.	Anggota II **)	

Keterangan

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100	= A
80 - 84.99	= A-
75 - 79.99	= B+
70 - 74.99	= B
65 - 69.99	= B-
60 - 64.99	= C+
55 - 59.99	= C
40 - 54.99	= D
0 - 39.99	= E

Jakarta, 30 Juni 2026

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Manajemen SI

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Proposal ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk melaksanakan seminar proposal dalam rangka penulisan skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis memperoleh banyak arahan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. **Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, S.E., M.M.**, selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. **Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M.**, selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
4. **Ibu Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM**, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan proposal ini.
5. Bapak/Ibu dosen pengajar dan penguji Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang bermakna selama masa perkuliahan.
6. Terima kasih kepada Bunda, Abie, dan Ibu serta lima saudara / i Shahnaz, Raffi, Anjani, dan Salma yang saya cintai, yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan kekuatan, dalam suka maupun duka. Doa dan restu dari kalian semua menjadi motivasi terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan setiap proses hingga tersusunnya skripsi ini
7. Kepada Arnetta Aqilah dan Risqa Amanda, sahabat penulis yang telah menemani saya dari 2015 hingga penulis menyelesaikan skripsi dan semoga

hingga tua nanti. Terima kasih atas setiap dukungan, canda, motivasi, serta kebersamaannya

8. Kepada Amel, Regina, Natasya, Kesha, Kayla, Benneth, Nabil, Satrio, Syahrafi, Yasin, Reza, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Kalian semua telah menjadi bagian berharga dalam perjalanan akademik ini. Dukungan, kerja sama, dan kebersamaan kalian menjadi kenangan indah yang tidak akan terlupakan.
9. Kepada rekan kerja Staff .Temu yang telah menjadi ruang dimana penulis dapat bercanda dan tertawa sambil mengukir karir dan mimpi.
10. Rekan dan seluruh pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal ini.
11. Untuk diri ini, yang tak pernah lelah melangkah meski kerap dibenturkan oleh keadaan, namun tetap membentuk diri menjadi ukiran yang lebih indah. Semoga setiap karya yang tercipta menjadi jejak seni yang dapat menginspirasi banyak jiwa.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PUBLIKASI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
Abstract :.....	iv
Abstrak :.....	v
BERITA ACARA SIDANG AKHIR.....	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan	12
1.4 Manfaat	12
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Perilaku Konsumen	16
2.1.3 Pemasaran digital	17
2.1.4 Media Sosial	18
2.1.5 TikTok.....	19
2.1.6 Minat Penggunaan.....	20
2.1.7 Perceived Ease Of Use	21
2.1.8 Perceived Enjoyment.....	22
2.1.9 Trustworthiness.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25

2.3 Metode Penelitian	31
2.3.1 Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Peminatan Penggunaan	31
2.3.2 Pengaruh Perceived Enjoyment terhadap Peminatan Penggunaan	32
2.3.3 Pengaruh Trustworthiness terhadap Peminatan Penggunaan	33
2.4 Hipotesis	34
BAB III	35
METODE PENELITIAN	35
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1 Definisi Operasional	35
3.1.2 Pengukuran Variabel	36
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data	39
3.3.3 Pengumpulan Data	40
3.4 Teknik Analisis Data	41
3.4.1 Analisis Deskriptif	42
3.4.2 Analisis Inferensial	43
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN	52
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	52
4.2 Pre-Test	53
4.2.1 Content Validity	53
4.2.2 Construct Validity	54
4.3 Deskripsi Data Penelitian	55
4.4 Uji Hipotesis dan Analisis	60
4.4.1 Analisis Data Deskriptif	60
4.4.2 Analisis Data Inferensial	64
4.5 Pembahasan	74
4.5.1 Pengaruh Perceive Ease of Use Terhadap Minat Penggunaan	74

4.5.2 Pengaruh Perceive Enjoyment Terhadap Minat Penggunaan.....	75
4.5.3 Pengaruh Trustworthiness Terhadap Minat Penggunaan.....	76
BAB V.....	78
SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN	84
Tabulasi Data Kuesioner	88
Perceived Ease of Use	88
Perceived Enjoyment.....	91
Trustworthiness	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian terdahulu.....	41
Tabel 2 Pengukuran Variabel Penelitian.....	48
Tabel 3 Pembagian Responden.....	51
Tabel 4 Skala Likert... ..	53
Tabel 5 Interpretasi Nilai Indeks.....	56
Tabel 6 Kriteria Uji Validitas	61
Tabel 7 Kriteria Uji Reliabilitas	62
Tabel 8 Kriteria Uji R^2	63
Tabel 9 Kriteria Uji Q^2	63
Tabel 10 Kriteria Uji Hipotesis	65
Tabel 11 Content Validity	67
Tabel 12 Cronbach's Alpha	68
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 14 Data Deskriptif Variabel Minat Penggunaan	73
Tabel 15 Data Deskriptif Variabel Perceived Ease of Use	74
Tabel 16 Data Deskriptif Variabel Perceive Enjoyment	75
Tabel 17 Data Deskriptif Variabel Perceive Enjoyment	76
Tabel 18 Outer Loadings	79
Tabel 19 Average Variance Extracted (AVE)	80
Tabel 20 HTMT	81
Tabel 21 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	82
Tabel 22 R-Square	84
Tabel 23 Q-Square	85
Tabel 24 Uji Hipotesis	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna TikTok sebagai Search Engine	15
Gambar 2 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia	16
Gambar 3 Situs yang Paling Ramai Dikunjungi di Dunia	17
Gambar 4 Memilih TikTok sebagai search engine dibandingkan Google	18
Gambar 5 Model Penelitian	45
Gambar 6 Langkah-langkah PLS	57
Gambar 7 Inner Model	58
Gambar 8 Outer Model	59
Gambar 9 Diagram jalur	59
Gambar 10 Logo Aplikasi Tiktok	66
Gambar 11 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	69
Gambar 12 Karakteristik Wilayah Domisili Responden	71
Gambar 13 Outer loadings	78
Gambar 14 Output Inner Model	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kriteria Responden.....	85
Lampiran 2. Identitas Responden.....	..85
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian.....	..86
Lampiran 4. Tabulasi Data Kuesioner.....	88
Lampiran 5. Lampiran Hasil Karakteristik Responden dan Data Deskriptif.....	97
Lampiran 6. Lampiran Analisis Data Deskriptif.....	..98
Lampiran 7. Lampiran Hasil Output Model SmartPLS 4.0.....	100