

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Industri media sosial di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Anggraeni (2024), tingginya tingkat pengguna digital membuat berbagai platform terus berinovasi menghadirkan fitur baru dan menarik. Hal inilah yang mendorong hadirnya strategi pemasaran digital yang semakin kompleks dan dinamis (Adhitya *et al.*, 2024).

Salah satu platform yang ikut serta dalam implementasi tersebut adalah TikTok, dengan jumlah pengguna yang masif di Indonesia (Sangadji *et al.*, 2023). Putra & Junita (2024) menjelaskan bahwa sejak hadir pada tahun 2017, TikTok berkembang pesat sebagai aplikasi berbasis video pendek, dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, dan mampu berinovasi menciptakan pengalaman digital yang menarik serta interaktif bagi penggunanya. Salah satu inovasi terbarunya adalah fitur Streak, yang dirancang untuk mendorong penggunaan aplikasi berkelanjutan dan keterlibatan pengguna di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif (Nor *et al.*, 2025).

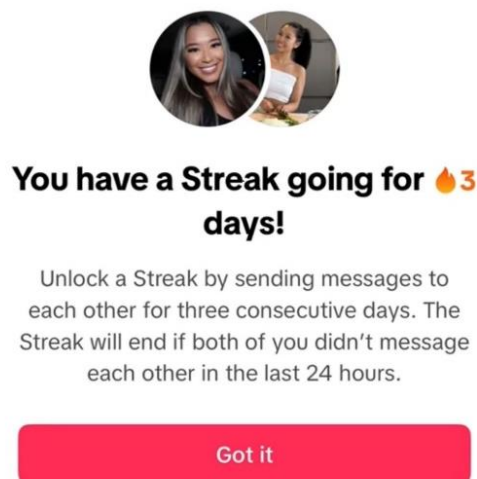


Gambar 1.1

Logo TikTok

(Sumber: Laman TikTok)

Pada tahun 2024, TikTok memperkenalkan fitur interaktif bernama “Streak” sebagai inovasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna (Nor *et al.*, 2025). Menurut Nor *et al.*, fitur ini mendorong konsistensi penggunaan aplikasi dengan memberikan fitur reaksi stiker atas aktivitas harian yang berkelanjutan. Salah satu pencapaian utamanya adalah keberhasilan Streak dalam membentuk pola keterlibatan yang konsisten, terutama di kalangan pengguna muda. Fitur tersebut mulai dilirik sebagai pendekatan baru dalam membangun loyalitas pengguna di tengah persaingan platform digital. (Salsabila *et al.*, 2025).



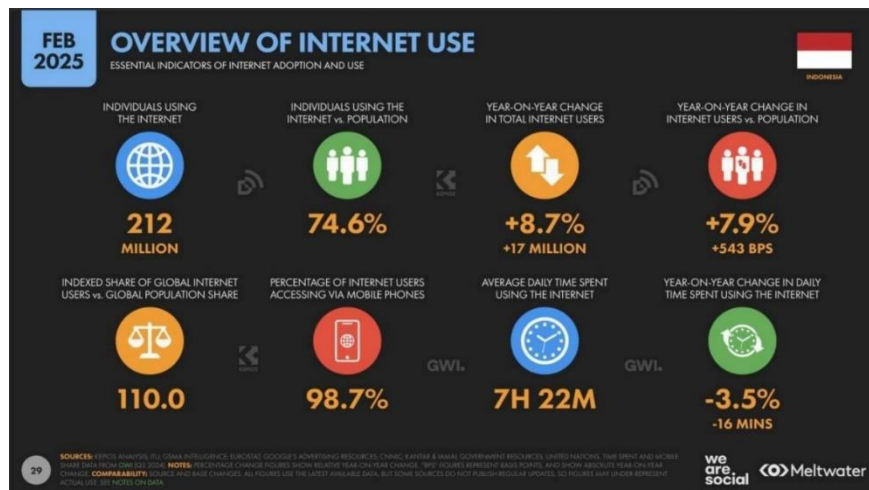
Gambar 1.2

Visual Fitur TikTok Streak
(Sumber: *Swipe Insight*, 2024)

Fitur ini pertama kali diuji coba oleh TikTok di sejumlah negara pada tahun 2024 dengan mekanisme berupa pemberian stiker “Streak” kepada pengguna yang saling mengirim pesan selama tiga hari berturut-turut, stiker tersebut juga akan terus bertambah jika interaksi berlanjut setiap hari, namun akan hilang apabila tidak ada aktivitas dalam 24 jam (Nor *et al.*, 2025). Pendekatan ini menunjukkan arah strategi TikTok dalam membangun kebiasaan penggunaan yang berkelanjutan dan memperkuat kedekatan sosial antar pengguna sehingga menjadi langkah adaptif yang relevan dengan tren keterlibatan digital saat ini.

1.2 Latar Belakang

Di era transformasi digital saat ini, kehadiran teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan pada kehidupan dan interaksi sosial masyarakat Indonesia (Rabbani & Najicha, 2023). Menurut Rabbani & Najicha, transisi tersebut memicu perubahan gaya hidup konvensional menuju evolusi sosial dengan integrasi teknologi pada berbagai aktivitas. Salah satu manifestasi dari perubahan ini adalah meningkatnya penggunaan internet sebagai bagian integral dalam kehidupan sehari-hari (Diana & Sari, 2024).



Gambar 1.3

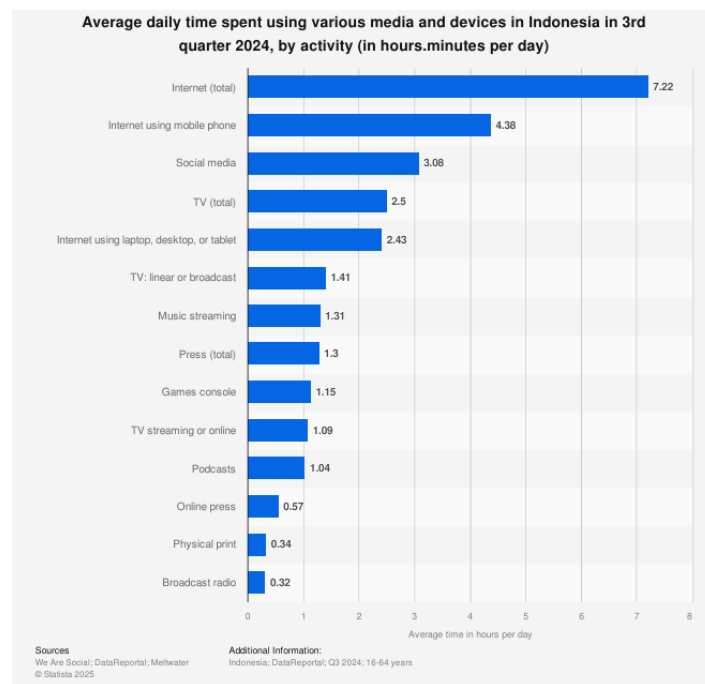
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2025

(Sumber: We Are Social Digital, 2025)

Berdasarkan We Are Social Digital (2025), tingkat pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya, dimana pada Februari tahun 2025 terdapat 212 juta pengguna internet, setara dengan 74,6 % dari total populasi penduduk di Indonesia. Angka ini menjelaskan bahwa selain keberhasilan penetrasi teknologi, internet juga telah menjadi kebutuhan primer dalam perubahan zaman menuju kehidupan modern (Ratnasari & Yuniasanti, 2024). Menurut Prasetyo *et al.*, (2024), pertumbuhan tersebut disebabkan oleh tingginya kebutuhan internet, dimana masyarakat kini semakin mengandalkan

platform digital dalam aktivitas sehari-hari, seperti mencari informasi, hiburan dan aktivitas ekonomi.

Alasan masyarakat cenderung menggunakan platform digital sendiri (Gambar 1.3), dikarenakan kemampuannya dalam menyajikan informasi secara instan serta didukung oleh tampilan visual yang menarik dan interaktif (Zair *et al.*, 2024). Menurut Husna *et al.* (2024), hal tersebut lah yang mendorong terjadinya disrupsi di berbagai sektor, di mana platform berbasis internet seperti media sosial dan aplikasi mobile semakin menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas harian masyarakat.



Gambar 1.4

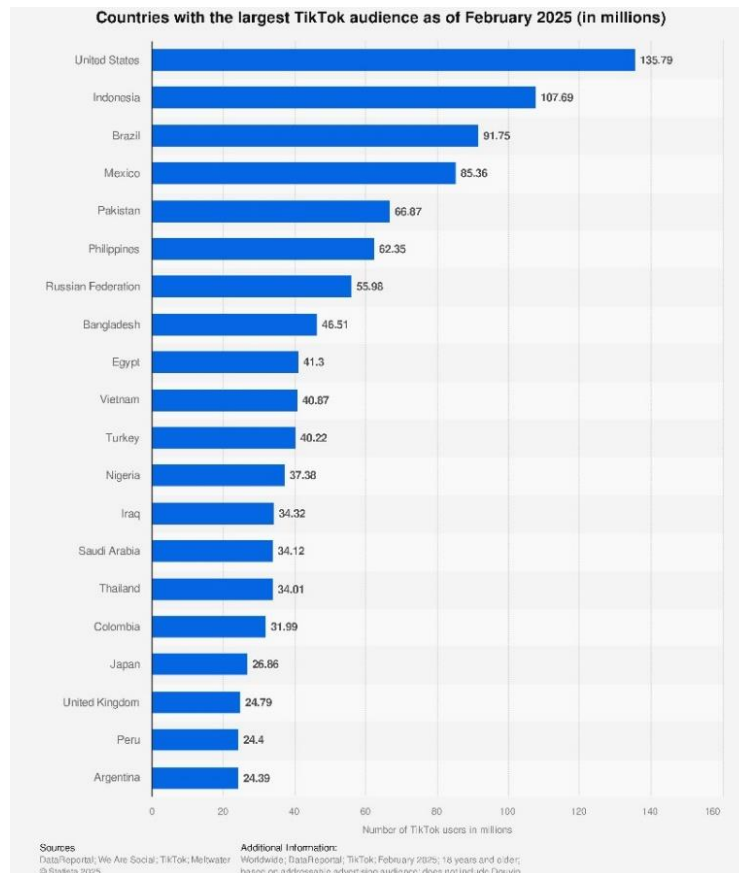
Rata-Rata Waktu Harian Yang Dhabiskan Menggunakan Berbagai Media dan Perangkat di Indonesia Pada Triwulan Ke-3 Tahun 2024 (Sumber: Statista, 2024)

Berdasarkan data dari Statista (2024), serta laporan We Are Social Digital 2025 (Gambar 1.3), rata-rata waktu harian yang dihabiskan oleh pengguna internet di Indonesia untuk mengakses internet mencapai 7 jam 22 menit. Hal tersebut

menunjukkan bahwa internet bukan hanya sekadar alat bantu, melainkan ruang utama interaksi sosial (Kharisma, 2022). Dampak penggunaan yang tinggi tersebut memunculkan gejala perubahan kebiasaan, seperti kebiasaan bermain *handphone* saat berinteraksi dan kecenderungan keterikatan digital yang berlebihan (Gouwtama, 2024). Disisi lain, pengguna digital tidak lagi berperan sebagai pengguna pasif yang tidak ikut serta, tetapi juga berpartisipasi dalam membentuk dan mempengaruhi dinamika ekosistem digital secara langsung (Zaxrie *et al.*, 2024).

Dengan adanya bentuk partisipasi tersebut, transisi perilaku konsumen akhirnya menciptakan ruang baru bagi pertumbuhan platform media sosial di Indonesia (Malinda, 2024). Menurut Adistri *et al.* (2024), pengguna digital cenderung memilih platform seperti TikTok karena media sosial ini menawarkan pengalaman komunikasi yang cepat, visual menarik dan interaktif, serta memberikan kepuasan instan. Platform ini tidak hanya menghadirkan konten hiburan singkat, tetapi juga menawarkan pengalaman sistem yang cepat, responsif, dan personal, mencerminkan kualitas sistem yang baik (Rosiana *et al.*, 2023).

TikTok sendiri merupakan platform yang memungkinkan pengguna berbagi video pendek, dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, dan pertama kali diluncurkan secara global pada tahun 2016 (Wang, 2023). Seiring dengan pertumbuhan pesatnya di berbagai negara, TikTok mulai memasuki pasar Indonesia pada tahun 2017 dan dengan cepat menarik perhatian masyarakat (Gambar 1.5). Dengan berbagai fitur didalamnya dan algoritma aplikasi yang menyesuaikan tren, TikTok mampu menarik perhatian pengguna dari berbagai kalangan, terlebih pada generasi muda yang mendominasi populasi digital Indonesia (Leonardo *et al.*, 2022).



Gambar 1.5

Negara Dengan Audiens TikTok Terbesar Pada Februari 2025

(Sumber: Statista, 2025)

Berdasarkan data dari Statista (2025), Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia, dengan total sekitar 107,7 juta pengguna aktif pada Februari 2025. Angka ini bukan hanya menunjukkan popularitas semata, tetapi juga mengindikasikan bahwa TikTok telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital masyarakat Indonesia, khususnya dalam hal hiburan, interaksi sosial, dan ekspresi diri (Putra & Junita, 2024).



Gambar 1.6

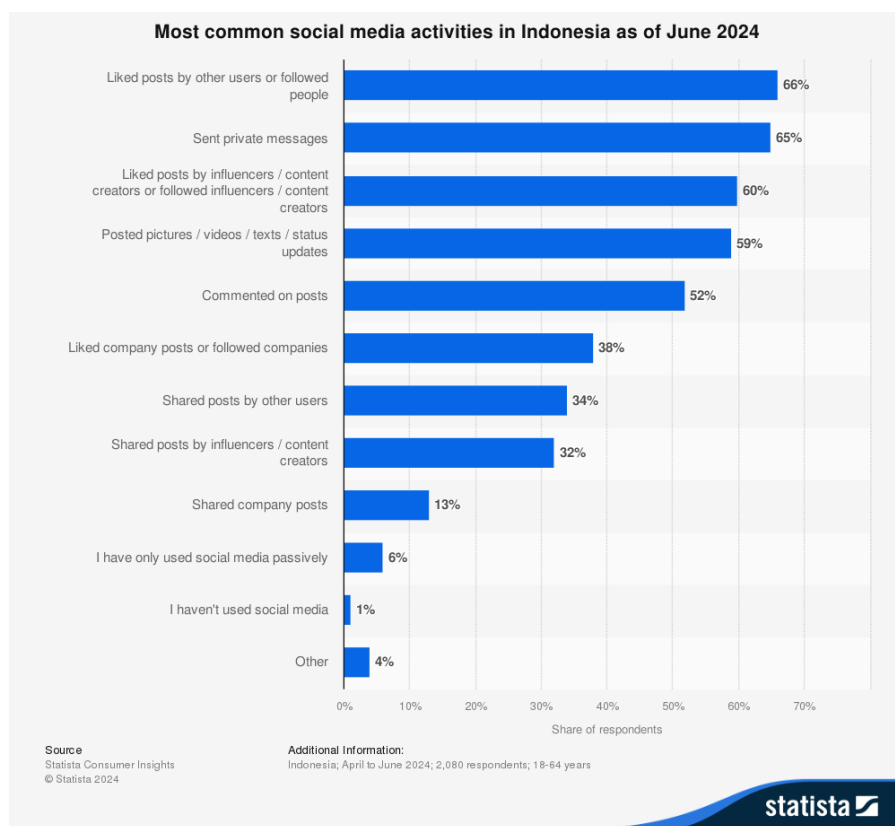
Demografi Pengguna TikTok Indonesia 2025

(Sumber: Ginee, 2025)

Tidak hanya itu, Menurut data yang dimuat Ginee (2025) dalam artikel berjudul “*Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar*” (Gambar 1.6), persebaran pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh wilayah-wilayah urban seperti DKI Jakarta, Bandung (Jawa Barat), dan Surabaya (Jawa Timur). Wilayah ini dikenal sebagai pusat pertumbuhan digital dan memiliki tingkat adopsi tinggi terhadap teknologi (Darmawan *et al.*, 2024). Temuan ini menegaskan bahwa pengguna dari kota-kota besar di wilayah tersebut memainkan peran strategis dalam membentuk popularitas penggunaan TikTok di Indonesia.

Popularitas tersebut dapat diraih TikTok, karena adanya pergeseran preferensi pengguna ke arah konten yang cepat, kreatif, dan mudah diakses dalam budaya digital masyarakat Indonesia (Perdana *et al.*, 2025). Hal ini didukung dengan adanya fitur video pendek pada aplikasi TikTok berupa teknik *scrolling* otomatis (Parameswara *et al.*, 2021). Menurut Qin *et al.* (2022) fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengakses konten tanpa jeda dengan cara yang cepat, intuitif, dan adiktif, menciptakan pengalaman personal yang terus-menerus.

Hiburan instan tersebut mampu meningkatkan kepuasan pengguna, yang akhirnya memengaruhi niat mereka untuk kembali menggunakan platform (Putri & Setiawati, 2021). Fenomena ini memperlihatkan bahwa sebuah inovasi fitur baru, perlu mempertahankan kepuasan pengguna didalam fitur tersebut (Sharabati *et al.*,2022). Kemudian, kepuasan tersebut juga, harus didukung dengan kemampuan sebuah platform dalam memahami pola perilaku antar pengguna (Zhang & Zhu, 2025).



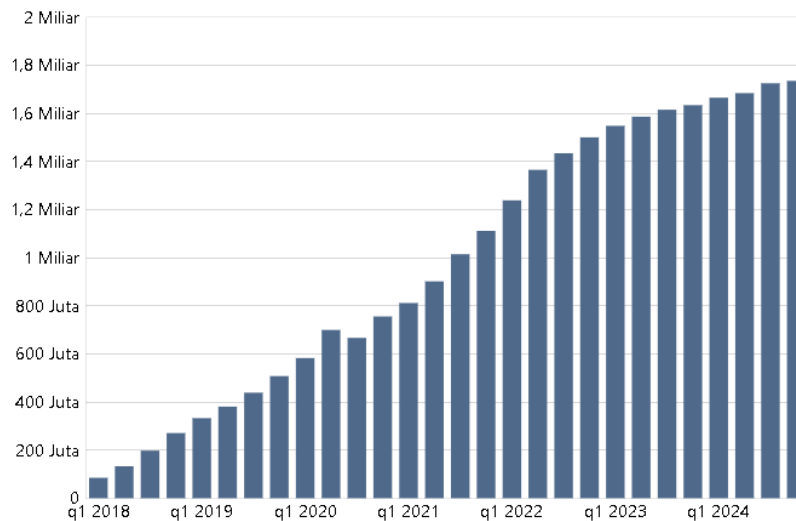
Gambar 1.7

Aktifitas Umum Yang Sering Dilakukan di Indonesia Pada Juni 2024 (Sumber: Statista, 2024)

Menurut laporan Statista (2024) tentang kegiatan pengguna media sosial paling umum di Indonesia, terdapat tiga aktivitas utama seperti, menyukai postingan (*likes*), membagikan konten (*shares*), dan mengirim pesan melalui direct message (*DM*). Fenomena ini sejalan dengan perilaku pengguna media sosial yang

cenderung menjalin hubungan dengan individu lain yang memiliki ketertarikan serupa, seperti berbagi konten, memberikan reaksi, dan menyampaikan tanggapan (Septiyani *et al.*,2024). Dengan demikian, media sosial telah bertransformasi menjadi ruang digital untuk membangun identitas diri, menjalin interaksi sosial, serta memperkuat keterikatan emosional antar pengguna (Nurangraini *et al.*,2025).

Dengan adanya pola perilaku pengguna tersebut, TikTok terus menghadirkan berbagai fitur inovatif guna meningkatkan pengguna didalam aplikasinya (Y. Ma & Y. Hu, 2021). Salah satu fitur yang diperkenalkan adalah TikTok LIVE pada tahun 2020, yang memungkinkan interaksi langsung secara *real-time* antar pengguna. Selanjutnya, pada tahun 2021, TikTok meluncurkan TikTok Shop, sebuah fitur *e-commerce* yang memudahkan pengguna untuk membeli suatu produk melalui aplikasi (Metricool, 2023). Terakhir, TikTok mulai menguji fitur bernama “Streak” sebagai upaya untuk meningkatkan keterlibatan pengguna (Nor *et al.*,2025).



Gambar 1.8

Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Global (Kuartal I 2018-Kuartal III 2024)

(Sumber: Databoks, 2024)

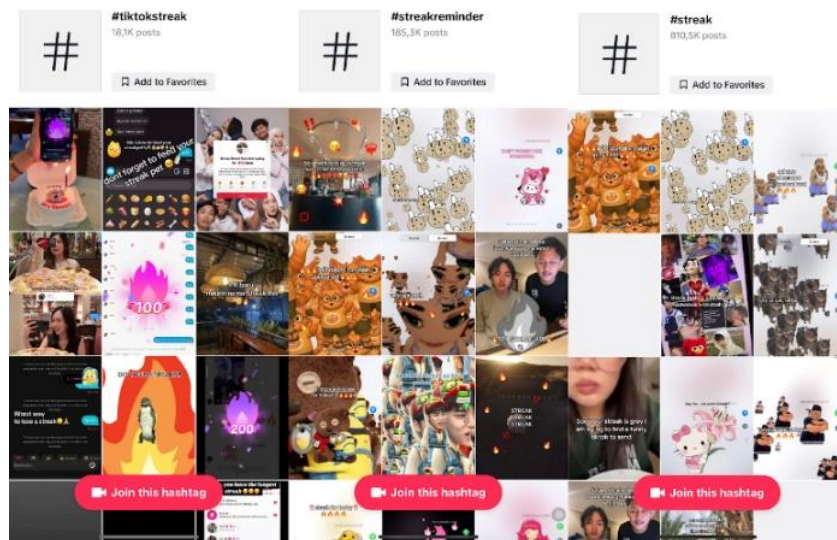
Selanjutnya, terdapat fenomena menarik terkait peningkatan jumlah pengguna TikTok pada tahun 2024. Berdasarkan data dari Business of Apps yang dikutip oleh Databoks (2024), jumlah pengguna aktif bulanan TikTok mencapai 1,73 miliar pada kuartal III 2024, meningkat dari 1,62 miliar pada kuartal III 2023. Kenaikan ini mengindikasikan adanya faktor baru yang mendorong keterlibatan pengguna secara lebih intensif (Kabir & kang, 2024). Pada tahun 2023, pertumbuhan pengguna cenderung stabil, namun setelah salah satu fitur TikTok bernama "Streak" diperkenalkan pada tahun 2024, muncul indikasi bahwa pengguna menjadi lebih aktif dalam membuka aplikasi TikTok, sehingga terjadi lonjakan jumlah pengguna di tahun tersebut (Bollinger, 2025).

Hal ini juga sejalan dengan data dari Statista yang ditampilkan pada Gambar 1.7, dimana mengirim pesan merupakan salah satu aktivitas paling sering dilakukan oleh pengguna media sosial di Indonesia, Sejalan dengan fitur Streak yang beroperasi melalui sistem perpesanan di aplikasi TikTok. Oleh karena itu, kehadiran TikTok Streak diduga kuat menjadi salah satu faktor penting yang mendorong kenaikan jumlah pengguna sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut.

TikTok Streak sendiri adalah sebuah fitur yang mendorong interaksi harian secara konsisten di dalam percakapan aplikasi, nantinya pengguna yang aktif tersebut akan mendapatkan simbol berupa animasi “api” sebagai bentuk reward (Nor *et al.*, 2025). Hal ini kemudian menciptakan rasa tanggung jawab digital berupa *Fear of Missing Out* (FOMO) untuk mempertahankan fitur tersebut (Essen & Ouytsel, 2023). Alhasil, fitur TikTok Streak berhasil menciptakan retensi karena fitur tersebut mewajibkan pengguna untuk selalu berinteraksi setiap harinya di dalam aplikasi (Nor *et al.*, 2025).

Menurut Najwa *et al.* (2024) ketika sebuah fitur dirancang untuk digunakan berulang, akan terjadi efek signifikan dalam membentuk keterikatan emosional dan meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi. Maka fitur semacam ini mencerminkan kemampuan TikTok dalam mengadaptasi tren perilaku *online* yang dinamis dengan strateginya dalam mengikat interaksi pengguna pada aplikasi (Sangadji *et al.*, 2023).

Pernyataan tersebut kemudian dipertegas kembali oleh Chung (2025), di mana fenomena seperti TikTok Streak mengubah perilaku konsumen menjadi persuasif melalui pengingat harian, yang menciptakan urgensi kolektif di antara pengguna untuk mempertahankan Streak sebelum batas waktu 24 jam. Fenomena ini juga terlihat dalam tren TikTok Streak, di mana pengguna secara aktif saling mengingatkan untuk menjaga interaksi harian melalui pesan pribadi dan konten publik (Gambar 1.9). Selanjutnya pola tersebut semakin meluas dengan adanya dorongan dari berbagai faktor seperti kampanye tagar, konten dari *influencer*, dan ulasan pengguna (Manurung & Kristina Sisilia, 2024).



Gambar 1.9

Jumlah Video dengan Hashtag Seputar TikTok Streaks April 2025

(Sumber: TikTok, 2025)

Meskipun tren TikTok Streak mampu meningkatkan retensi dan keterlibatan pengguna, hal tersebut tidak selalu sejalan dengan tingkat kepuasan mereka. Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Aprilia Rahma di Kompasiana pada Maret 2024 berjudul “*Nyalakan Api Streak: Strategi Halus TikTok Ciptakan Ketergantungan Digital*”, dijelaskan bahwa kemampuan platform dalam memberikan kualitas sistem, mempengaruhi pengalaman pengguna. Dimana, pengguna rentan merasa cemas dan memiliki tanggung jawab agar tidak kehilangan Streak mereka.



Gambar 1.10

Video dan Komentar Permasalahan TikTok Streaks September 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Fenomena ini juga diperkuat melalui pengamatan langsung pada video TikTok berjudul “Tutor nyala dong” yang diunggah oleh akun @lasilaaaa1 pada September 2024. Dalam video tersebut, pengguna mengeluhkan hilangnya streak secara tiba-tiba tanpa notifikasi. Hal ini juga dibuktikan melalui kolom komentar dari salah satu pengguna bernama Fariza yang menyatakan, *“Ini api aku tiba-tiba hilang padahal chatan setiap hari dan nggak ada peringatan sebelumnya”*, serta berbagai komentar serupa dari pengguna lainnya.

Kedua fenomena tersebut memperlihatkan bahwa inovasi fitur baru seperti TikTok Streak memiliki keterkaitan yang erat dengan tingkat kepuasan pengguna dalam keberhasilannya (Farhan *et al.*, 2024). Antusiasme yang tinggi dari pengguna terhadap fitur ini juga perlu didukung oleh kualitas sistem (*system quality*) yang optimal, seperti reliabilitas, konsistensi pembaruan, maupun notifikasi sehingga tidak menimbulkan kekecewaan yang menurunkan kepuasan pengguna (Paschmann *et al.*, 2025).

System Quality sendiri berfungsi sebagai performa teknis, seperti keandalan, kecepatan, dan kemudahan navigasi (Kwirndhany *et al.*, 2025). Menurut Kwirndhany *et al.*, Adanya pengaruh *system quality* ini berkontribusi dalam membentuk kepuasan pada suatu fitur digital seperti TikTok Streak. Maka dari itu, jika sebuah sistem responsif dan stabil, akan mampu memberikan kepercayaan terhadap pengguna platform digital (Anugraha *et al.*, 2025)

Dengan demikian, diperlukan perhatian terhadap *System Quality* dalam fitur TikTok Streak. Gangguan teknis seperti hilangnya ikon api atau ketidaksesuaian notifikasi menunjukkan bahwa sistem belum mampu memberikan performa yang andal dan konsisten. Sedangkan aplikasi digital seperti TikTok membutuhkan sistem yang stabil dan responsif untuk membentuk pengalaman pengguna yang positif terhadap fitur tersebut (Hapsari *et al.*, 2025). Hal ini sejalan dengan model Information System Success oleh DeLone dan McLean (2003), yang menekankan bahwa sistem yang bekerja sesuai ekspektasi akan meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan pengguna. DeLone dan McLean juga mengatakan bahwa kepuasan pengguna menjadi indikator penting atas keberhasilan sistem. Semakin baik kualitas sistem, semakin besar kemungkinan pengguna merasa puas dan terus menggunakan fitur tersebut (Pangarso & Setyorini, 2023).

Dengan mempertimbangkan permasalahan teknis yang muncul dan pentingnya kualitas sistem pada aplikasi TikTok, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu fitur digital seperti TikTok Streak tidak hanya bergantung pada tingkat keterlibatan pengguna, tetapi juga pada kualitas sistem di dalam aplikasi, terutama dalam membentuk kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna dipilih sebagai variabel utama karena menjadi indikator penting dalam mengevaluasi sejauh mana sebuah fitur mampu memenuhi harapan pengguna. Dimana, kepuasan tidak hanya merefleksikan respons emosional, tetapi juga berperan sebagai tolok ukur keberhasilan fitur dalam mendorong keberlanjutan penggunaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fitur TikTok Streak terhadap kepuasan pengguna dengan menyoroti peran *System Quality* sebagai

variabel mediasi yang berkontribusi dalam membentuk pengalaman pengguna secara optimal.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, TikTok Streak sebagai salah satu fitur baru yang dikembangkan oleh platform media sosial TikTok, menunjukkan peningkatan interaksi serta keterlibatan pengguna secara harian. Meskipun demikian, fitur ini juga menimbulkan sejumlah tantangan, khususnya dalam hal kualitas pengalaman pengguna yang belum sepenuhnya optimal.

Di sisi lain, TikTok Streak juga menunjukkan tren popularitas yang cukup tinggi di kalangan pengguna sejak diperkenalkan di Indonesia, dan telah berkontribusi terhadap kepuasan pengguna dalam jangka pendek. Kondisi tersebut mencerminkan adanya kesenjangan antara antusiasme pengguna dan kualitas sistem yang disediakan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh fitur TikTok Streak terhadap kepuasan pengguna, dengan mempertimbangkan peran *system quality* sebagai variabel mediasi.

Untuk menjelaskan hubungan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan model *Information System Success* yang dikembangkan oleh DeLone dan McLean (2003). Model tersebut menekankan bahwa kualitas sistem memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman serta kepuasan pengguna terhadap suatu fitur digital.

Berikut adalah rumusan pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian:

1. Apakah fitur TikTok Streak berpengaruh positif terhadap kualitas sistem (*System Quality*) aplikasi TikTok?
2. Apakah fitur TikTok Streak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna TikTok?
3. Apakah kualitas sistem (*System Quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna TikTok?

4. Apakah kualitas sistem (*System Quality*) memediasi pengaruh fitur TikTok Streak terhadap kepuasan pengguna?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh fitur TikTok Streak terhadap kepuasan pengguna TikTok di Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh fitur TikTok Streak terhadap *System Quality* pada aplikasi TikTok.
3. Menganalisis pengaruh *System Quality* terhadap kepuasan pengguna TikTok.
4. Mengidentifikasi peran *System Quality* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara fitur TikTok Streak dan kepuasan pengguna.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam tiga aspek berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur sistem informasi dan pemasaran digital, khususnya dalam konteks keterlibatan pengguna pada fitur berbasis *habit-forming technology*.
2. Menjadi referensi empiris dalam menguji pengaruh fitur media sosial terhadap kepuasan pengguna melalui pendekatan *System Quality*.
3. Memperkaya pemahaman mengenai penerapan model *Information System Success* (DeLone & McLean, 2003) dalam studi media sosial di Indonesia.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan wawasan bagi pengembang TikTok dan platform digital lainnya dalam merancang fitur yang berkelanjutan dan berorientasi pada pengalaman pengguna.
2. Menjadi acuan bagi perusahaan teknologi dalam mengevaluasi kualitas sistem saat meluncurkan fitur interaktif baru.
3. Memberikan masukan praktis bagi pelaku industri digital untuk merancang sistem yang responsif dan stabil guna meningkatkan kepuasan pengguna.

1.5.3 Manfaat Sosial

1. Memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pengaruh fitur media sosial terhadap pola interaksi dan keterlibatan digital dalam kehidupan sehari-hari.
2. Meningkatkan kesadaran pengguna media sosial terhadap potensi dampak psikologis dari fitur interaktif seperti TikTok Streak, termasuk fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dan keterikatan digital yang berlebihan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut adalah susunan dan penjelasan singkat mengenai laporan yang terdiri dari Bab I sampai Bab V pada penelitian ini:

a. Bab I – Pendahuluan

Bab ini memberikan penjelasan umum mengenai gambaran rencana dan isi penelitian. Bab I terdiri dari Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. Bab II – Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan dalam penelitian, termasuk teori *Information System Success Model* oleh DeLone dan McLean (2003), konsep kepuasan pengguna, serta teori dan studi terdahulu yang relevan. Bab ini juga memuat kerangka pemikiran dan rumusan hipotesis yang menjadi dasar dalam menguji hubungan antar variabel penelitian.

c. Bab III – Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan, metode, dan prosedur yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Bab III terdiri dari Jenis Penelitian (Kuantitatif), Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Teknik Analisis Data, serta Uji Validitas dan Reliabilitas.

d. Bab IV – hasil penelitian dan pembahasan

Bab ini menyajikan data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna TikTok aktif di Indonesia serta hasil analisis terhadap pengaruh TikTok Streak terhadap kepuasan pengguna. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan temuan empiris dengan teori yang telah dibahas pada Bab II untuk menarik kesimpulan yang mendalam.

e. Bab V – Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisi rangkuman dari temuan utama yang telah dibahas pada Bab IV guna menjawab rumusan masalah penelitian.