

PENGARUH FITUR TIKTOK STREAK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA TIKTOK YANG DI MEDIASI OLEH SYSTEM QUALITY

Ikshan Guritno¹, Arry Widodo²

¹ Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom , Indonesia,

² Dosen Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom , Indonesia,

¹inoshan@student.telkomuniversity.ac.id ²arrywie@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Industri media sosial di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, mendorong berbagai platform untuk berinovasi meningkatkan pengalaman pengguna. Salah satu inovasi yang menarik perhatian publik adalah fitur interaktif TikTok Streak yang mulai diperkenalkan pada tahun 2024. Fitur ini dirancang untuk mendorong retensi melalui pemberian stiker reaksi atas aktivitas berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur TikTok Streak terhadap kepuasan pengguna di Indonesia, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui System Quality sebagai variabel mediasi. Penelitian ini juga mengevaluasi bagaimana persepsi terhadap sistem—dalam hal keandalan, kemudahan, dan fleksibilitas—berperan dalam membentuk pengalaman pengguna yang positif terhadap fitur Streak. Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatori dengan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Sampel penelitian melibatkan 405 responden yang merupakan pengguna aktif fitur TikTok Streak di Indonesia. Variabel independen dalam penelitian ini adalah TikTok Streak, sedangkan System Quality berperan sebagai variabel mediasi, dan Kepuasan Pengguna sebagai variabel dependen. Hasil pengolahan data menunjukkan TikTok Streak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap System Quality dan Kepuasan Pengguna. Selain itu, System Quality juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dan terbukti memediasi hubungan antara TikTok Streak dan Kepuasan Pengguna. Hasil dari penelitian ini menekankan pentingnya inovasi fitur yang sederhana namun relevan secara psikologis sebagai strategi meningkatkan kepuasan pengguna di platform digital.

Kata Kunci: Streak, TikTok Streak, Kepuasan Pengguna, System Quality

Abstract

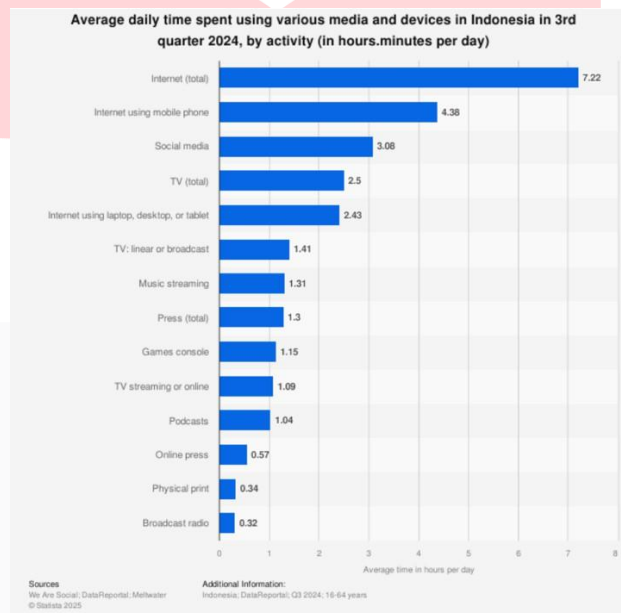
The social media industry in Indonesia is experiencing rapid growth, encouraging various platforms to innovate to improve the user experience. One innovation that has attracted public attention is the interactive TikTok Streak feature, which was introduced in 2024. This feature is designed to encourage retention by providing reaction stickers for ongoing activity. This study aims to determine the effect of the TikTok Streak feature on user satisfaction in Indonesia, both directly and indirectly through System Quality as a mediating variable. This study also evaluates how perceptions of the system—in terms of reliability, ease of use, and flexibility—play a role in shaping a positive user experience with the Streak feature. This research used a quantitative explanatory method using Structural Equation Modeling (SEM) analysis techniques using SmartPLS software. The study sample involved 405 respondents who are active users of the TikTok Streak feature in Indonesia. The independent variable in this study is TikTok Streak, while System Quality acts as a mediating variable, and User Satisfaction as the dependent variable. The results of data processing show that TikTok Streak has a positive and significant effect on System Quality and User Satisfaction. Furthermore, System Quality also significantly influences User Satisfaction and is proven to mediate the relationship between TikTok Streak and User Satisfaction. The results of this study emphasize the importance of simple yet psychologically relevant feature innovations as a strategy to increase user satisfaction on digital platforms.

Keywords: Streak, TikTok Streak, User Satisfaction, System Quality

I. PENDAHULUAN

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).

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.



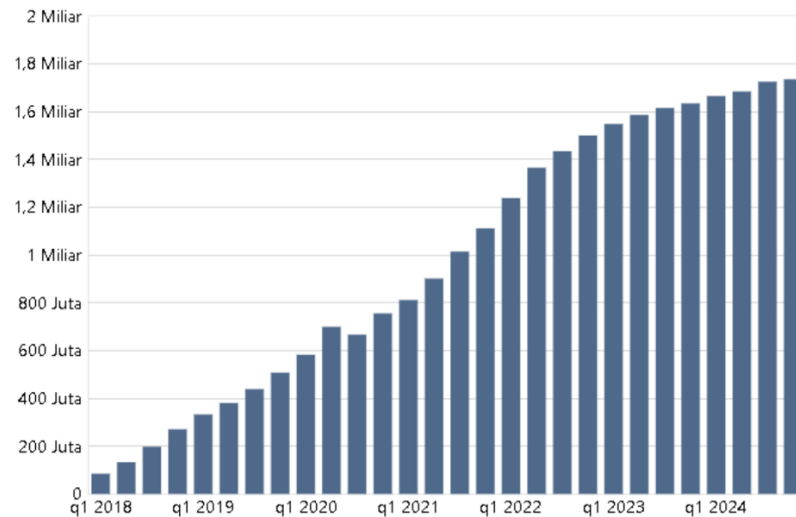
Gambar 1

Rata-Rata Waktu Harian Yang Dihabiskan Menggunakan Berbagai Media Dan Perangkat

Di Indonesia Pada Triwulan Ke-3 Tahun 2024

Sumber : Statista (2024)

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 2019, 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.

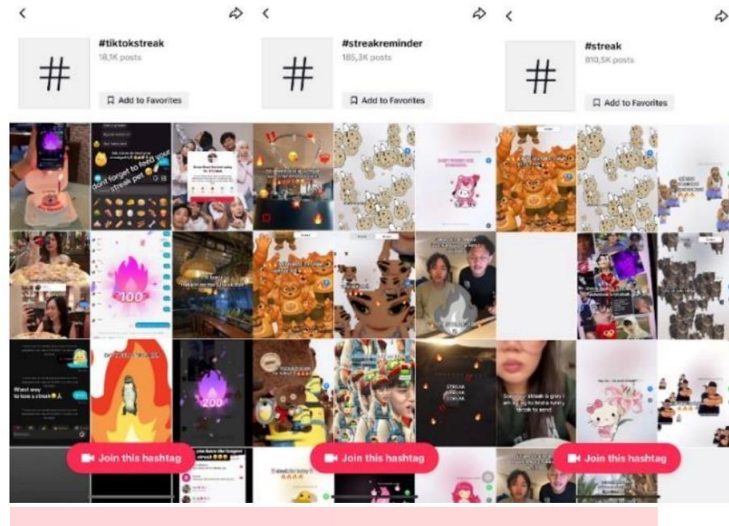


Gambar 2

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

Sumber : Databoks (2024)

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).



Gambar 3

Jumlah Video dengan Hashtag Seputar TikTok Streaks April 2025

Sumber : TikTok (2025)

Meskipun TikTok Streak berhasil meningkatkan retensi dan keterlibatan pengguna, hal tersebut tidak selalu sejalan dengan tingkat kepuasan mereka. Beberapa pengguna mengaku mengalami tekanan untuk mempertahankan streak setiap hari karena sistem tidak memberikan jaminan keandalan fitur secara konsisten. Seperti hilangnya Streak tanpa pemberitahuan, di mana pengguna merasa sudah melakukan interaksi harian namun ikon api tiba-tiba menghilang tanpa alasan dan notifikasi yang tidak sinkron berupa pengingat harian yang tidak muncul sama sekali. Fenomena ini menunjukkan bahwa antusiasme tinggi belum tentu diikuti oleh kepuasan, terutama system quality tidak berjalan optimal (Paschmann et al., 2025).

Dengan mempertimbangkan aspek utama dalam model System Quality, maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu fitur digital seperti TikTok Streak tidak hanya bergantung pada tingkat keterlibatan pengguna, tetapi juga pada kualitas sistem dalam membentuk kepuasan pengguna. Gangguan teknis seperti hilangnya ikon streak tanpa pemberitahuan, notifikasi yang tidak konsisten, serta ketidakjelasan aturan penggunaan telah menciptakan tekanan dan kebingungan bagi pengguna, yang pada akhirnya berdampak pada turunnya tingkat kepuasan. Beberapa pengguna merasa cemas dan bertanggung jawab agar tidak kehilangan streak mereka, namun sistem belum mampu memberikan reliabilitas dan kejelasan yang memadai. 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 yang optimal.

II. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Pemasaran

Menurut Kotler et al. (2022), pemasaran adalah suatu proses di mana perusahaan atau merek menciptakan nilai dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Proses ini mencakup memahami kebutuhan, menawarkan solusi yang sesuai, dan menjaga hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Sementara itu, Pemasaran modern, berfokus pada pendekatan yang berpusat pada pelanggan, di mana seluruh strategi diarahkan untuk meningkatkan nilai dan kedekatan dengan konsumen (Kotler et al., 2022).

2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (Solomon, 2024).

Dengan mengetahui bagaimana konsumen berpikir, merasakan, dan bertindak dalam proses pembelian, perusahaan maupun merek dapat menyusun produk, harga, promosi, dan distribusi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Selain itu, teori perilaku konsumen turut membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti motivasi, persepsi, sikap, serta pengaruh sosial dan budaya (Nugraha et al., 2021).

2.3 Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah transformasi pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan meningkatkan nilai kepada pelanggan sepanjang perjalanan konsumen (Kotler et al., 2021). Umumnya, pemasaran digital dilakukan dengan dukungan internet dan platform digital yang kini dengan mudah diakses masyarakat dari berbagai kelas sosial. Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021), pada era ini pemasaran tidak lagi bersifat satu arah, melainkan interaktif dan terpersonalisasi dengan bantuan teknologi seperti Artificial Intelligence (AI), Natural Language Processing (NLP), sensor, robotika, Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), Internet of Things (IoT), hingga blockchain.

2.4 TikTok Streak

TikTok Streak adalah salah satu fitur interaktif yang diperkenalkan oleh TikTok pada tahun 2024 sebagai strategi untuk meningkatkan interaksi harian antar pengguna melalui fitur pesan dalam aplikasi (Nor et al., 2025). Fitur ini dirancang untuk mendorong kebiasaan digital melalui simbol “api” yang hanya dapat dipertahankan jika dua pengguna saling berinteraksi setiap harinya.

2.5 System Quality

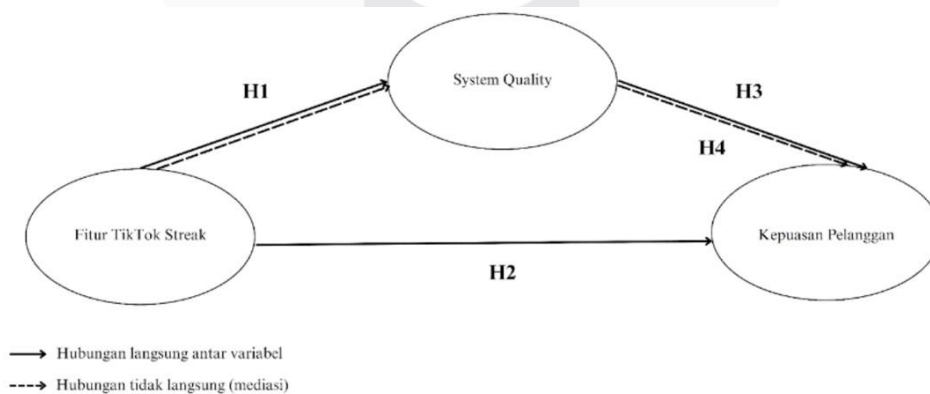
Menurut Pearlson, Saunders, dan Galletta (2016), system quality mencerminkan bagaimana desain teknis dari sistem informasi mendukung efektivitas pengguna dalam menjalankan tugasnya. Sistem yang mudah digunakan, cepat, dan stabil akan meningkatkan persepsi positif pengguna, sedangkan sistem yang lambat atau membingungkan akan mengurangi kepuasan pengguna.

2.6 Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler et al. (2022), kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil dari suatu produk dengan harapannya. Jika kinerja produk melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas, begitu juga sebaliknya. Sementara itu menurut Laudon dan Laudon (2021), kepuasan pengguna dalam konteks platform digital adalah tanggapan emosional atas pemenuhan harapan terhadap sistem digital yang digunakan. Ketika sistem mampu memberikan pengalaman yang memuaskan, pengguna akan cenderung lebih loyal, lebih aktif, dan lebih terbuka terhadap sistem tersebut.

2.7 Kerangka Pemikiran

Pada konteks penelitian ini, kerangka pemikiran menjelaskan bagaimana fitur TikTok Streak sebagai strategi fitur interaktif dapat mempengaruhi kepuasan pengguna, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kualitas sistem (system quality) dari aplikasi TikTok.



Gambar 4

Kerangka Pemikiran Penelitian
Sumber : Data Olahan Penulis (2025)

2.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan kerangka pemikiran di atas, berikut adalah hipotesis nantinya yang akan diuji pada penelitian ini:

H1: Fitur TikTok Streak berpengaruh positif terhadap System Quality

H2: Fitur TikTok Streak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna.

H3: System Quality berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna

H4: Fitur TikTok Streak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna melalui mediasi System Quality

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel melalui proses pengumpulan dan analisis data numerik (Machali, 2021). Dalam pelaksanaannya, pendekatan kuantitatif melibatkan prosedur ilmiah seperti analisis statistik, penyajian data dalam bentuk grafik, serta pengukuran terstruktur lainnya. Melalui teknik tersebut, peneliti dapat menggambarkan karakteristik populasi dan menyusun kesimpulan yang bersifat umum atau dapat digeneralisasi.

Selanjutnya, berdasarkan tujuan penelitian penulis, pendekatan yang digunakan termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif eksplanatori. Menurut Darwin et al. (2021), penelitian eksplanatori merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel secara sistematis. Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan suatu fenomena, tetapi juga digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, baik secara langsung maupun melalui variabel perantara.

Dengan demikian, pendekatan tersebut dinilai relevan digunakan dalam penelitian ini karena bertujuan untuk menguji model hubungan antar variabel berdasarkan landasan teori. Penelitian penulis tidak hanya membahas apakah TikTok Streak, sebuah fitur interaktif dalam aplikasi TikTok berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, tetapi juga menguji kemungkinan adanya pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi, yaitu System Quality.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Tabel Distribusi Frekuensi, Persentase, dan Skor Total Responden

Berikut merupakan paparan hasil tanggapan responden terhadap variabel TikTok Streak, System Quality, dan Kepuasan Pengguna pada penelitian ini.

Tabel 1. Tabel Paparan Responden

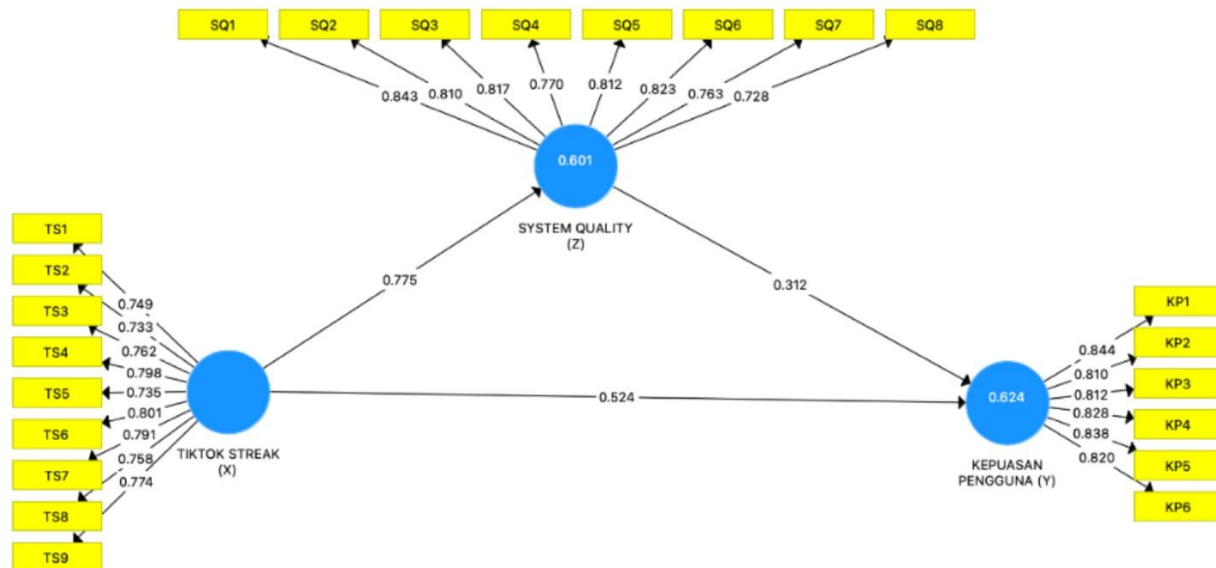
No	Variabel	Skor Total	%	Kategori
1	TikTok Streak (X)	14496	79.54%	Baik
2	System Quality (Z)	12913	79.71%	Baik
3	Kepuasan Pengguna (Y)	9773	80.44%	Baik

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Merujuk tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi 405 responden pada setiap variabel dalam penelitian ini tergolong Baik.

4.2 Outer Model

Outer model yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu TikTok Streak (9 indikator) sebagai variabel independen (X), System Quality (8 indikator) sebagai variabel mediasi (Z), serta Kepuasan Pengguna (6 indikator) sebagai variabel dependen (Y).



Gambar 5

Outer Model Penelitian
Sumber : Output SmartPLS (2025)

1) Uji Convergent Validity

Menurut Hair et al. (2021), validitas konvergen digunakan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dari suatu konstruk saling berkorelasi secara positif dan mampu merepresentasikan konstruk yang sama secara konsisten. Validitas ini dapat diuji melalui dua indikator utama, yaitu nilai factor loading dan Average Variance Extracted (AVE). Dalam penelitian ini, kriteria penerimaan nilai factor loading ditetapkan sebesar $>0,6$ sebagai batas minimum yang menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap valid secara. Adapun rincian nilai factor loading dari setiap indikator dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Nilai Factor Loading

Variabel	Indikator	Nilai Factor Loading	Keterangan
TikTok Streak (X)	TS1	0.749	Valid
	TS2	0.733	Valid
	TS3	0.762	Valid
	TS4	0.798	Valid
	TS5	0.735	Valid
	TS6	0.801	Valid
	TS7	0.791	Valid
	TS8	0.758	Valid
	TS9	0.774	Valid
System Quality (Z)	SQ1	0.843	Valid
	SQ2	0.810	Valid
	SQ3	0.817	Valid
	SQ4	0.770	Valid
	SQ5	0.812	Valid
	SQ6	0.823	Valid
	SQ7	0.763	Valid
	SQ8	0.728	Valid
Kepuasan Pengguna (Y)	KP1	0.844	Valid
	KP2	0.810	Valid
	KP3	0.812	Valid
	KP4	0.828	Valid
	KP5	0.838	Valid
	KP6	0.820	Valid

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Dapat diketahui bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid karena memiliki nilai factor loading di atas batas minimum 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara konsisten.

Langkah analisis berikutnya adalah menguji nilai Average Variance Extracted (AVE), dengan standar nilai minimum sebesar >0,5 untuk setiap variabel.

Tabel 3. Hasil Uji AVE

<u>Variabel</u>	Nilai AVE	Standar	<u>Keterangan</u>
TikTok Streak (X)	0.681	>0.5	Valid
System Quality (Z)	0.634	>0.5	Valid
<u>Kepuasan Pengguna (Y)</u>	0.589	>0.5	Valid

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Seluruh variabel dalam model memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) yang melebihi angka 0,5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikator-indikator yang membentuknya.

2) Uji Discriminant Validity

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji validitas diskriminan adalah Cross Loading dan HTMT.

Tabel 4. Hasil Nilai Cross Loading

Indikator	<u>Kepuasan Pengguna (Y)</u>	System Quality (Z)	TikTok Streak (X)
KP1	0.844	0.608	0.638
KP2	0.81	0.581	0.609
KP3	0.812	0.584	0.651
KP4	0.828	0.569	0.645
KP5	0.838	0.602	0.621
KP6	0.82	0.61	0.625
SQ1	0.631	0.843	0.664
SQ2	0.586	0.81	0.626
SQ3	0.573	0.817	0.661
SQ4	0.494	0.77	0.573
SQ5	0.638	0.812	0.652
SQ6	0.574	0.823	0.581
SQ7	0.522	0.763	0.554
SQ8	0.534	0.728	0.614
TS1	0.524	0.528	0.749
TS2	0.565	0.552	0.733
TS3	0.59	0.626	0.762
TS4	0.6	0.618	0.798
TS5	0.552	0.62	0.735
TS6	0.641	0.578	0.801
TS7	0.602	0.614	0.791
TS8	0.596	0.577	0.758
TS9	0.605	0.631	0.774

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Seluruh indikator dalam konstruk TikTok Streak (TS1–TS9), System Quality (SQ1–SQ8), dan Kepuasan Pengguna (KP1–KP6) menunjukkan nilai loading tertinggi pada konstruk asalnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Misalnya, indikator KP1 memiliki nilai loading tertinggi sebesar 0,844 terhadap konstruk Kepuasan Pengguna, lebih tinggi dibandingkan nilai loading terhadap konstruk System Quality (0,608) dan TikTok Streak (0,638). Pola ini juga konsisten terjadi pada semua indikator lainnya di konstruk masing-masing.

Menurut Henseler et al. (2015), HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) digunakan untuk menguji validitas diskriminan dengan membandingkan korelasi antar konstruk berbeda dengan korelasi dalam konstruk yang sama. Jika nilai HTMT melebihi 0,90, maka validitas diskriminan dianggap tidak memadai. Berikut adalah hasil pengujian HTMT pada model penelitian ini, menggunakan perangkat lunak SmartPLS.

Tabel 5. Hasil Uji HTMT

	Kepuasan Pengguna (Y)	System Quality (Z)	TikTok Streak (X)
TikTok Streak (X)			
System Quality (Z)	0.784		
Kepuasan Pengguna (Y)	0.840	0.844	

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Nilai HTMT antara konstruk TikTok Streak, System Quality, dan Kepuasan Pengguna seluruhnya berada di bawah nilai ambang 0,90. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model memiliki validitas diskriminan yang memadai dan tidak terjadi masalah tumpang tindih antar variabel.

3) Uji Reliabilitas

Penelitian ini juga telah melalui uji reliabilitas dengan metode penentuan nilai reliabilitas komposit dan Cronbach's Alpha untuk setiap variabel. Penelitian ini menggunakan standar reliabilitas komposit dengan nilai ambang batas $>0,70$, yang berarti suatu variabel dianggap reliabel atau dapat diandalkan apabila memiliki nilai reliabilitas komposit melebihi 0.70. Sementara itu, penelitian ini menggunakan ambang batas nilai Cronbach's Alpha sebesar $>0,60$ sebagai indikator reliabilitas yang dapat diterima.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Komposit

Variabel	Nilai Reliabilitas Komposit	Standar	Keterangan
TikTok Streak (X)	0.928	>0.7	Reliabel
System Quality (Z)	0.933	>0.7	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0.928	>0.7	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Seluruh variabel dalam penelitian ini, yaitu TikTok Streak, System Quality, dan Kepuasan Pengguna, menunjukkan nilai reliabilitas komposit di atas 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut telah

memenuhi kriteria reliabilitas komposit dan mampu mengukur indikator-indikator yang membentuknya secara konsisten.

Tabel 7. Hasil Uji Cronbach's Alpha

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
TikTok Streak (X)	0.912	>0.6	Reliabel
System Quality (Z)	0.917	>0.6	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0.906	>0.6	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Seluruh variabel dalam penelitian ini, yakni TikTok Streak, System Quality, dan Kepuasan Pengguna, memiliki nilai di atas 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pada variabel-variabel tersebut mampu mengukur konstruk yang sama secara konsisten dan dapat diandalkan.

4.3 Inner Model

1) R-Square Adjusted

Dalam penelitian ini, pedoman interpretasi nilai R-Square Adjusted mengacu pada Hair et al. (2019), di mana nilai R^2 di atas 0,70 menunjukkan kekuatan hubungan yang tinggi dan mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik.

Tabel 8. Hasil Uji R Square Adjusted

Variabel	Nilai R Square Adjusted	Keterangan
System Quality (Z)	0.600	Moderat
Kepuasan Pengguna (Y)	0.623	Moderat

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2 Adjusted), diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- A. Nilai R-Square Adjusted sebesar 0,600 menunjukkan bahwa variabel System Quality (Z) dapat dijelaskan sebesar 60% oleh variabel independen TikTok Streak (X), sedangkan sisanya sebesar 40% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.
- B. Nilai R-Square Adjusted sebesar 0,623 mengindikasikan bahwa variabel Kepuasan Pengguna (Y) mampu dijelaskan sebesar 62,3% oleh variabel TikTok Streak (X) dan System Quality (Z). Adapun 37,7% lainnya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

2) F-Square

Effect size (f^2) digunakan untuk menilai perubahan nilai R Square yang terjadi pada variabel endogen ketika satu variabel eksogen tertentu dimasukkan atau dihilangkan dari model. Nilai ini menunjukkan seberapa besar pengaruh substantif variabel eksogen terhadap variabel endogen. Kategori interpretasinya dibedakan menjadi tiga: kecil (0,02), moderat (0,15), dan besar (0,35), tergantung pada besarnya kontribusi perubahan tersebut terhadap model secara keseluruhan.

Tabel 9. Hasil Uji F Square

<u>Hubungan antar Variabel</u>	<u>Nilai F Square</u>	<u>Keterangan</u>
TikTok Streak (X) → System Quality (Z)	1.507	<u>Efek Signifikan</u>
TikTok Streak (X) → <u>Kepuasan Pengguna (Y)</u>	0.291	<u>Efek Moderat</u>
System Quality (Z) → <u>Kepuasan Pengguna (Y)</u>	0.103	<u>Efek Kecil</u>

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Hasil uji F-Square menunjukkan bahwa TikTok Streak (X) berperan penting dalam memengaruhi kedua variabel lain dalam model, khususnya terhadap System Quality (Z). Sedangkan kontribusi System Quality (Z) terhadap Kepuasan Pengguna (Y) tetap ada, namun tidak sebesar pengaruh langsung dari TikTok Streak itu sendiri.

3) Q-Square

Uji Q-Square (Q^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa baik model struktural (inner model) mampu memprediksi variabel endogen dalam penelitian. Dalam konteks penelitian ini, yang termasuk variabel endogen adalah System Quality (Z) dan Kepuasan Pengguna (Y). Berikut disajikan hasil pengujian nilai Q-Square beserta interpretasinya.

Tabel 10. Hasil Uji Q Square

<u>Hubungan antar Variabel</u>	<u>Nilai Q Square</u>	<u>Keterangan</u>
System Quality (Z)	0.377	<u>Kemampuan prediktif besar</u>
<u>Kepuasan Pengguna (Y)</u>	0.419	<u>Kemampuan prediktif besar</u>

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Hasil pengujian Q Square menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik, terutama dalam menjelaskan variabel System Quality (Z) dan Kepuasan Pengguna (Y). Nilai Q^2 untuk System Quality tercatat sebesar 0,377, sedangkan Kepuasan Pengguna memiliki nilai 0,419. Keduanya berada di atas nilai ambang minimum 0,35, yang mengindikasikan bahwa model ini memiliki tingkat prediksi yang kuat, sesuai dengan kriteria yang dijelaskan oleh Hair et al. (2019).

4.4 Uji Hipotesis

Untuk menguji hubungan antar variabel dalam penelitian ini, digunakan interpretasi dari nilai Path Coefficient, T-Statistics, P-Value, dan Mean. Penelitian ini menggunakan standar umum dalam penerimaan hipotesis, yaitu nilai Path Coefficient berada antara 0 hingga 1, P-Value < 0,05, dan T-Statistics > 1,96. Ketiga ukuran tersebut digunakan untuk menentukan apakah pengaruh antar konstruk, TikTok Streak, System Quality, dan Kepuasan Pengguna bersifat signifikan atau tidak.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hubungan	Nilai Path Coefficient	Nilai P-Value	Nilai T-Statistics	Nilai Mean	Hasil
H1	TikTok Streak berpengaruh positif signifikan terhadap System Quality	TikTok Streak (X) → System Quality (Z)	0.775	0.000	20.067	0.776	Diterima
H2	TikTok Streak berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna	TikTok Streak (X) → Kepuasan Pengguna (Y)	0.524	0.000	6.590	0.523	Diterima
H3	System Quality berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pengguna	System Quality (Z) → Kepuasan Pengguna (Y)	0.312	0.000	3.851	0.312	Diterima
H4	Terdapat pengaruh mediasi positif signifikan oleh System Quality	TikTok Streak (X) → System Quality (Z) → Kepuasan Pengguna (Y)	0.242	0.000	3.712	0.242	Diterima

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Dengan demikian, hasil dari uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: TikTok Streak (X) -> System Quality (Z)

→ Diterima, TikTok Streak berpengaruh positif dan signifikan terhadap System Quality. Artinya, semakin sering pengguna terlibat dengan fitur TikTok Streak, semakin tinggi persepsi mereka terhadap kualitas sistem yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut.

H2: TikTok Streak (X) -> Kepuasan Pengguna (Y)

→ Diterima, TikTok Streak juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna. Hasil ini menegaskan bahwa keberadaan fitur streak mampu meningkatkan kepuasan pengguna terhadap pengalaman menggunakan TikTok.

H3: System Quality (Z) -> Kepuasan Pengguna (Y)

→ Diterima, System Quality berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas sistem yang dirasakan oleh pengguna turut memberikan kontribusi terhadap tingkat kepuasan mereka.

H4: TikTok Streak (X) -> System Quality (Z) -> Kepuasan Pengguna (Y)

→ Diterima, adanya pengaruh mediasi yang signifikan dari System Quality dalam hubungan antara TikTok Streak terhadap Kepuasan Pengguna. Dengan demikian, pengaruh TikTok Streak terhadap Kepuasan Pengguna tidak sepenuhnya melalui System Quality, melainkan sebagian besar tetap terjadi secara langsung. Meskipun demikian, keberadaan System Quality tetap memiliki peran dalam memperkuat pengaruh tersebut melalui kontribusi tidak langsung yang signifikan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh fitur TikTok Streak (X) terhadap Kepuasan Pengguna (Y), baik secara langsung maupun melalui System Quality (Z) sebagai variabel mediasi. Pengujian dilakukan dengan pendekatan SEM-PLS terhadap 405 responden pengguna aktif TikTok di Indonesia.

5.2 Saran

- 1) TikTok dapat mengembangkan fitur ini dengan menambahkan elemen personalisasi streak, peringatan harian yang interaktif, atau reward berbasis kemajuan harian, sehingga keterikatan emosional pengguna terhadap aplikasi menjadi lebih kuat.
- 2) System Quality terbukti sebagai mediator dalam penelitian ini, maka peningkatan kualitas sistem seperti responsifitas aplikasi, kestabilan server, dan kemudahan akses fitur juga perlu diprioritaskan untuk menjaga kepuasan pengguna jangka panjang.
- 3) Penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi fleksibilitas sistem serta mengembangkan instrumen yang lebih terfokus pada aspek adaptabilitas, agar kontribusi System Quality terhadap kepuasan pengguna dapat dipahami secara lebih mendalam dan akurat.

REFERENSI

Adistri, N., Rusman, A. A., & Irwansyah. (2024). Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada TikTok: Studi Uses and Gratification di Era Digital. *JURNAL LENSA MUTIARA KOMUNIKASI*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i2.5584>

Adhitya, W. R., Teviana, T., Sienny, H., Hidayat, A., & Khaira, I. (2024). Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 5(1), 63–72. <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>

Anggraeni, L. A. (2024). Tantangan Kompetisi dan Risiko Monopoli dalam Transformasi Digital E-Commerce dengan Studi Kasus Aplikasi TikTok di Indonesia. *SAINS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 1–14. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jsm>

Anugraha, A. Z., Nasution, M. I. P., & Sundari, S. A. (2025). Peran Sistem Informasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengguna pada Platform e-Commerce. *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi*, 8(7), 91–100. <https://doi.org/10.2238/bzm3m802>

Astadi Pangarso & Retno Setyorini (2023) The drivers of E-learning satisfaction during the early COVID-19 pandemic: empirical evidence from an indonesian private university, *Cogent Education*, 10:1, 2149226, DOI: 10.1080/2331186X.2022.2149226

Bahaddad, AlGhamdi, Buhari, Alassafi & Alzahrani, (2019), A Conceptual Framework for Successful E-commerce Smartphone Applications: The Context of GCC, *International Journal of Information Technology and Electrical Engineering*, 8 (4) pp. 29-43

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing Excellence*, 5th (5th ed.). Pearson Education Limited.

Cecilia Stefhanie; Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Electronic Service Quality terhadap Online Loyalty dan Perceived Value sebagai Variabel Intervening (Pengguna Shopee di Kota Bekasi); 2024.

Darmawan, I., Muhammadi, R., Alpasaha, J. N., & Sakti, M. F. D. (2024). Smart Living dan Harmonisasi di Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(12), 1–15.

Darwin, M. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Media Sains Indonesia.

Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., Imanuddin, B., YulianI, Mohdari, H., Dwita, F., .. Rachman, S. (2022). *Dasar-dasar pemasaran*. Ahlimedia Press.

Eyal, N. (2014). *Hooked: how to build habit forming products*. Portfolio/Penguin.

Farhan, M., Hardi, E. A., & Ahmad, S. (2024). Pengaruh Fitur, Variasi Produk, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Banking pada Lembaga Keuangan Perbankan Syariah di Kota Jambi. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(3), 159–173.



Malinda, F. (2024). Efek media terhadap sosialisasi: Menjelajahi peran televisi dan platform media baru. *Journal Syntax Idea*, 6(2). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i3.3027>

Manurung, E. D., & Sisilia, K. (2024). Endorsement influencer, online customer review, dan perceived quality terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(2), 554–565. <https://doi.org/10.29210/020243935>

Machali, I. (2021). Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mohd Nor, N. A. T., Foo Su Sien Mohd Firdaus, S. S., Mohd Ridhwan, N. M. N., Jamri, M. H., & Azmi, M. F. (2025). Analyzing TikTok's influence on youth political activism and social participation in Malaysia. *Jurnal Wacana Politik (JWP)*, 10(1), 33–40. <https://doi.org/10.24198/jwp.v10i1.56598>

Mufti Prasetyo, S., Gustiawan, R., Farhat, & Rizzel Albani, F. (2024). Analisis Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia. *Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia (BIIKMA)*, 2(1), 65–71. <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma/article/view/1032>

Muharyanto, C. O. (2023). *Analisis pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pengguna situs TikTok Shop dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada masyarakat Kota Semarang* (Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung).

Najwa, M. M., Fauzi, H. K., & Perawati. (2024). Pengaruh Sosial Media TikTok terhadap Produktivitas Remaja di Indonesia. *Ilmu Hukum, Universitas Riau*. Volume 8, Nomor 3, Halaman 46494–46499.

Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, F., .. Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. PT Nasya Expanding Management.

Nurangrani, A. S., Syamsir, Jumaita Ayu, A., Bunga Belia, C., Kartika, D., & Gussantina, D. (2025). Transformasi Budaya Digital: Pengaruh Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Remaja di Universitas Negeri Padang. *Jurnal ...*, 9(1), 4800–4809.

Parameswara, B. G., Liyah, L. N., Sania, N., & Ibrahim, A. (2021). Pemanfaatan aplikasi TikTok di masa pandemi Covid-19. *CEBONG Journal*, 1(1), 10–14.
<https://plus62.isha.or.id/index.php/cebong>

Pakpahan, D. M. A. Br. (2023). Pengaruh kualitas informasi, sistem dan pelayanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi berbasis mobile banking pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pematang Raya Simalungun (Skripsi, Universitas Medan Area). Repositori UMA.
<https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/19956>

Paschmann, J. W., Bruno, H. A., van Heerde, H. J., Völckner, F., & Klein, K. (2024). Driving Mobile App User Engagement Through Gamification. *Journal of Marketing Research*, 62(2), 249–273. <https://doi.org/10.1177/00222437241275927>

Pearlson, K. E., Saunders, C. S., & Galletta, D. F. (2016). *Managing and using information systems: A strategic approach* (6th ed.). John Wiley & Sons.

Perdana, A. A., Mujanto, H., & Pratiwi, R. M. (2025). Pengaruh Popularitas TikTok sebagai Media Pencarian Informasi terhadap Penurunan Penggunaan Google di Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 5(1), 230–236.
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2722>

Pratama, E. A., Sukoharsono, E. G., & Rasyid, H. A. (2024). The effect of service quality and system quality on online registration application on user satisfaction with usage frequency as an intervening variable. *The International Journal of Accounting and Business Society*, 32(1), April 2024.

Putra, Y. D., & Junita, D. (2024). Realitas keterlibatan Gen Z dalam media sosial TikTok: Perspektif sosiokultural. *INTERCODE – Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 33–55.

Putri, P. P. S. S., & Setiawati, C. I. (2021). E-service quality, customer satisfaction, and repurchase intention: Analyzing the impact on e-commerce platform. *Journal of Applied Management (JAM)*, 19(4), 673–687.

Qin Y, Omar B and Musetti A (2022). The addiction behavior of short-form video app TikTok: The information quality and system quality perspective. *Front. Psychol.* 13:932805. doi.org/10.3389/fpsyg.2022.932805

Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Jurnal Informatika dan Hukum Administrasi Negara*, Universitas Sebelas Maret.

Restu Alam Pratiwi; Pengaruh System Quality, Information Quality, Service Quality, Use dan User Satisfaction terhadap Net Benefit Menggunakan Model DeLone dan McLean pada Aplikasi SIMPONIS RSUD I. A. Moeis Samarinda; 2020.

Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan konsumen*. UIN KHAS Press.

Salsabila, S. P., Rifan, D. F., & Rosilawati, W. (2025). Pengaruh Gamifikasi Terhadap Peningkatan *Customer Loyalty* dan *Customer Engagement* Pada Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Bisnis Islam. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 531–541.

Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI PLATFORM UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143–149.

https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/683

Sari, J. A., & Diana, B. A. (2024). Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 9(2), 88–96.
<https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3896>

Selly Mustika Dewi; Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Service Quality terhadap User Satisfaction pada Start-Up Magic Order di Bandung; 2022

Septiyani, N., Arsyi, M. R., & Putra, A. N. M. (2024). Peran Platform TikTok dalam Membentuk Kreativitas dan Koneksi Positif di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(7), 228–239.

Sharabati, A.-A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Abu Ghoush, Q. (2022). The impact of TikTok user satisfaction on continuous intention to use the application. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 125.
<https://doi.org/10.3390/joitmc8030125>

Setyawan, I. D. A. (2021). *Hipotesis dan variabel penelitian*. Penerbit Tahta Media.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Bandung : Alfabeta

Solomon, M. R. (2024). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson Education.

Susilowati, H. (2020). E-learning systems: System quality, information quality and service quality on user satisfaction. *Journal of Business and Management Review*, 1(3), 208–222. <https://doi.org/10.47153/jbmr13.352020>

Statista (2024). Number of mobile internet users in Indonesia 2020-2029. <https://www.statista.com/statistics/558642/number-of-mobile-internet-user-in-indonesia/>

Statista (2025). Average daily time spent using various media and devices in Indonesia in 3rd quarter 2024, by activity. <https://www.statista.com/statistics/803524/daily-time-spent-using-online-media-by-activity-indonesia/>

Utomo, S. B., Risdwiyanto, A., & Judijanto, L. (2024). *Pemasaran digital: Strategi dan taktik*. PT Sanskara Karya Internasional.

van Essen, C. M., & Van Ouytsel, J. (2023). Snapchat streaks—How are these forms of gamified interactions associated with problematic smartphone use and fear of missing out among early adolescents? *Telematics and Informatics Reports*, 11, 100087. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100087>

Valacich, J. S., Schneider, C., & Hashim, M. (2022). *Information systems today: Managing in the digital world* (9th ed.). Pearson.

Wang, Y. (2023). Research on the User Experience of Infinite Up-scrolling on Chinese Short Video Software Douyin. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 4, 954-960.

Wang, C., Gu, M., Wang, X., Ong, P. C., Luo, Q., & Li, Y. (2021). Research on the challenge of the new short video platform TikTok on the traditional internet social media Facebook. *Proceedings of the 2nd International Conference on the Frontiers of Innovative Economics and Management (FIEM 2021)*.

Wardhana, A. (2024). *Consumer behavior in the digital era 4.0* (2nd ed., Indonesian ed.). Eureka Media Aksara.

We are Social (2025). Indonesia Overview of Internet Use in February 2025. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

William H. DeLone, & Ephraim R. McLean. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

Yu-Min Wang, Chung-Lun Wei, Wen-Jing Chen & Yi-Shun Wang (2024) Revisiting the E-Learning Systems Success Model in the Post-COVID-19 Age: The Role of Monitoring Quality, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40:18, 5087-5102, DOI: 10.1080/10447318.2023.2231278

Zair, I. O., Syobah, S. N., & Inayah, S. S. (2024). *Social Change in the Digitalization Era of Indonesian Consumerism on E-Commerce Platforms*. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(3). <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.18995>

Zaxrie, S. A., Rina, N., Thoibah, S., & Putri, K. (n.d.). Peran media sosial sebagai saluran komunikasi digital dalam kehumasan. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/IJDPR>