

## ABSTRAK

Ailsa (01041210059)

### **PENGARUH KONTEN TERHADAP MINAT GEN Z UNTUK MENGGUNAKAN FITUR *VIRTUAL TRY-ON* PRODUK TIRTIR**

(xvi + 114 halaman: 1 gambar; 31 tabel; 13 lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh konten TikTok terhadap minat generasi Z dalam menggunakan fitur *virtual try-on* pada produk TIRTIR. Studi ini didasarkan pada kerangka teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang mencakup *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)*, untuk menjelaskan niat pengguna dalam menggunakan teknologi baru.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuisioner yang disebarakan kepada generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok yang berbasis *User Generated-Content (UGC)* memberikan pengaruh signifikan terhadap *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* fitur *Virtual Try-On*. Kedua faktor ini secara positif mempengaruhi minat pengguna dalam mengadopsi fitur *virtual try-on* produk TIRTIR.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *User Generated-Content* memberikan kontribusi terhadap penerimaan teknologi *virtual try-on* TIRTIR oleh generasi Z.

**Kata Kunci:** TikTok, *Virtual Try-On*, *User Generated-Content*, *Technology Acceptance Model*, Generasi Z.

**Referensi:** 95 (1962-2024)

## ABSTRACT

Ailsa (01041210059)

### **THE INFLUENCE OF TIKTOK CONTENT ON GEN Z'S INTEREST IN USING THE VIRTUAL TRY-ON FEATURE FOR TIRTIR PRODUCT**

*(xvi + 114 pages: 1 picture; 31 tabels; 13 attachments)*

This study aims to prove the influence of TikTok content on Generation Z's interest in using the Virtual Try-On feature for TIRTIR product. The study is based on Technology Acceptance Model (TAM), including Perceived Usefulness (PU) and Perceived Ease of Use (PEOU), to explain user intentions in adopting new technologies.

The research employed a quantitative method with data collected through questionnaires distributed to Generation Z. The findings indicate that TikTok content based on User Generated-Content (UGC) significantly impacts the perceived usefulness and perceived ease of use of the Virtual Try-On feature.

The results of this study indicate that User Generated-Content contributes to the acceptance of TIRTIR's Virtual Try-On technology by Generation Z.

**Keywords:** TikTok, Virtual Try-On, User Generated-Content, Technology Acceptance Model, Generation Z.

**Reference:** 95 (1962-2024)