

## **ABSTRAK**

Alvin Fernando (02011210022)

### **PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, FACILITATING CONDITION, HEDONIC MOTIVATION, HABIT, SERTA PERCEIVED TRUST TERHADAP ACTUAL BEHAVIOR MELALUI BEHAVIORAL INTENTIONS PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI SURABAYA**

(xiv + 159 Halaman ; 17 Gambar ; 18 Tabel ; 4 Lampiran )

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh faktor-faktor seperti Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit, dan Perceived Trust terhadap Actual Behavior melalui Behavioral Intentions dalam penggunaan aplikasi TikTok di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik snowball sampling untuk mengumpulkan data dari 150 responden yang memenuhi kriteria pengguna TikTok di Surabaya. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intentions dan Actual Behavior. Implikasi penelitian ini adalah bahwa pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi TikTok dapat membantu pengembang aplikasi dan pemasar untuk merancang strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan pengguna. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap literatur perilaku pengguna media sosial dalam konteks aplikasi berbagi video.

**Kata kunci:** TikTok, Behavioral Intentions, Actual Behavior, Social Influence, Hedonic Motivation

Referensi: 42 (1994-2023)

## ABSTRACT

Alvin Fernando (02011210022)

**PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, FACILITATING CONDITION, HEDONIC MOTIVATION, HABIT, SERTA PERCEIVED TRUST TERHADAP ACTUAL BEHAVIOR MELALUI BEHAVIORAL INTENTIONS PADA PENGGUNA APLIKASI TIKTOK DI SURABAYA**

(xiv + 159 Pages; 17 Figures; 18 Tables; 4 Appendices)

This study aims to examine the influence of factors such as Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Habit, and Perceived Trust on Actual Behavior through Behavioral Intentions in the use of the TikTok application in Surabaya. This research employed a quantitative method with snowball sampling technique to collect data from 150 respondents who meet the criteria of TikTok users in Surabaya. Multiple regression analysis was used to test the relationships between these variables. The results show that all independent variables significantly influence Behavioral Intentions and Actual Behavior. The implication of this research is that a better understanding of the factors influencing TikTok usage can help app developers and marketers design more effective strategies to increase user engagement. This study also contributes to the literature on user behavior in social media video-sharing applications.

***Keywords:*** *TikTok, Behavioral Intentions, Actual Behavior, Social Influence, Hedonic Motivation*

References: 42 (1994-2023)