

**TESIS**

***CONTINUANCE INTENTION* PENGUSAHA MIKRO DALAM  
MENGUNAKAN MEDIA SOSIAL:  
DAMPAK DARI *WORD OF MOUTH***



**Diajukan oleh:**

**CHRISTIAN WIDODO**

**1708820046**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP : 197207152001121001

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Agung Wahyu Handaru ST.,MM NIP : 197811272006041001	Ketua		16 Februari 2022
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP : 197002122008121001	Pembimbing 1		16 Februari 2022
3	Prof. Dr. Saparuddin Mukhtar, M.Si NIP : 197701152005011001	Pembimbing 2		16 Februari 2022
4	Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP: 197206272006041001	Penguji Ahli		16 Februari 2022

Nama : Christian Widodo  
Noreg : 1708820046  
Konsentrasi : Pemasaran  
Tanggal Lulus : 2 Februari 2022

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya menyatakan bahwa dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister dari Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta seluruhnya merupakan hasil karya Penulisan pesaya sendiri.

Beberapa bagian tertentu dalam Penulisan Tesis yang saya kutip dari hasil Penulisan orang lain dituliskan secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika Penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tesis ini plagiat dan bukan hasil karya sendiri dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik atau sanksi-sanksi yang lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta ataupun Kementerian terkait.

Jakarta, 02 Februari 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of a large 'W' and a smaller 'F', is written over a 10,000 Rupiah Indonesian banknote. The banknote is pink and white with a gold eagle emblem in the center.

Christian Widodo  
(1708820046)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik, [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id)  
Laman [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Christian Widodo  
No.Reg : 1708820046  
Jurusan : Magister Manajemen  
Similarity Score (Turnitin) : 19 % (Sembilan Belas Persen)  
Judul Tesis : *Continuance Intention* Pengusaha Mikro Dalam Menggunakan  
Media Sosial: Dampak Dari *Word of Mouth*

Telah Memenuhi standar minimum turnitin di program studi Magister Manajemen dan untuk mengikuti Sidang Akhir ( Tesis ) di Program Studi S2 Magister manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Mengetahui,  
Koordinator Prodi S2 Magister FE UNJ

Dr. Agung Wahyu Handaru ST,MM  
NIP. 1978011272006041001

Jakarta, 16 Februari 2022  
Mahasiswa

Christian Widodo

Catatan :  
Berikut lampiran turnitin

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *continuance intention*, *word of mouth*, *perceived usefulness*, *habits*, *consumer satisfaction*, *perceived ease of use* pengusaha mikro dalam memasarkan produk atau jasa pada aplikasi TikTok. Data diperoleh dari kuesioner online *office form* dan disebarakan melalui media sosial. Teknik penentuan sampel menggunakan *non probability sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah 262 pengusaha mikro yang menggunakan TikTok sebagai media pemasarannya yang berada di wilayah Indonesia. Data hasil penelitian diperoleh dari 262 responden (43,5% laki-laki dan 56,5% perempuan) pengusaha mikro yang menggunakan TikTok sebagai media pemasarannya yang berada di wilayah Indonesia. Data hasil penelitian diperoleh dari 262 responden (43,5% laki-laki dan 56,5% perempuan) pengusaha mikro yang menggunakan TikTok sebagai media pemasarannya yang berada di wilayah Indonesia. Data profil responden menyatakan bahwa 100 (38,2%) responden adalah pengusaha mikro yang membangun usaha pada bidang industri makanan dan minuman, 39 (14,9%) responden pada bidang industri tekstil, 23 (8,8%) responden pada bidang industri perkakas tangan, 13 (5%) responden pada bidang industri jasa pemeliharaan dan perbaikan, 12 (4,6%) responden pada bidang industri jasa profesi kesehatan/pelayanan medik/pelayanan kefarmasian, 7 (2,7%) responden pada bidang industri pengolahan hasil hutan, 6 (2,3%) responden pada bidang industri kerajinan budaya daerah, 4 (1,5%) responden pada bidang industri barang dari tanah liat, dan 58 (22,1%) responden menyatakan menjalankan usaha pada bidang industri lainnya dalam arti responden mempunyai keberagaman dalam jenis bidang usaha. Variabel terikat pada penelitian ini adalah *continuance intention*, variabel bebas terdiri dari *word of mouth*. Variabel intervening terdiri dari *perceived usefulness*, *habits*, *consumer satisfaction*, dan *perceived ease of use*. Metode analisis dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan software SPSS dan AMOS versi 22.0. Hasil penelitian membuktikan bahwa *continuance intention* berpengaruh terhadap *habits* dan *consumer satisfaction*. Selain itu *word of mouth* tidak berpengaruh terhadap *perceived usefulness*, *perceived of usefulness* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention*, dan *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *continuance intention*.

**Kata Kunci :** *TikTok*, *word of mouth*, *perceived usefulness*, *habits*, *consumer satisfaction*, *perceived ease of use*, *continuance intention*, *SEM*

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of continuance intention, word of mouth, perceived usefulness, habits, consumer satisfaction, perceived ease of use of micro entrepreneurs in marketing products or services on the TikTok application. The data was obtained from an online office form questionnaire and distributed through social media. The sampling technique used was non-probability sampling. Respondents in this study were 262 micro-entrepreneurs who use TikTok as a marketing medium in Indonesia. The research data were obtained from 262 respondents (43.5% male and 56.5% female) micro-entrepreneurs who use TikTok as their marketing medium in Indonesia. The research data were obtained from 262 respondents (43.5% male and 56.5% female) micro-entrepreneurs who use TikTok as their marketing medium in Indonesia. Respondent profile data states that 100 (38.2%) respondents are micro entrepreneurs who build businesses in the food and beverage industry, 39 (14.9%) respondents are in the textile industry, 23 (8.8%) respondents are in the industrial sector. hand tools, 13 (5%) respondents in the maintenance and repair service industry, 12 (4.6%) respondents in the health professional service industry/medical services/pharmaceutical services, 7 (2.7%) respondents in the management industry forest products, 6 (2.3%) respondents in the regional cultural handicraft industry, 4 (1.5%) respondents in the clay goods industry, and 58 (22.1%) respondents stated that they run a business in other industrial sectors. in the sense that respondents have diversity in the type of business field. The dependent variable in this study is continuance intention, the independent variable consists of word of mouth. Intervening variables consist of perceived usefulness, habits, consumer satisfaction, and perceived ease of use. The analytical method in this research is Structural Equation Modeling (SEM) using SPSS and AMOS software version 22.0. The results of the study prove that continuance intention has an effect on habits and consumer satisfaction. In addition, word of mouth has no effect on perceived usefulness, perceived usefulness has no effect on continuance intention, and perceived ease of use has no effect on continuance intention.*

**Key Words :** *TikTok, word of mouth, perceived usefulness, habits, consumer satisfaction, perceived ease of use, continuance intention, SEM*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat Allah Yang Maha Kuasa telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam Penulisan Tesis “*CONTINUANCE INTENTION* PENGUSAHA MIKRO DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL: DAMPAK DARI *WORD OF MOUTH*”. Tesis ini ditulis sebagai salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam kesempatan ini, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing selama proses penyelesaian Tesis ini, diantara lain sebagai berikut :

1. Dr. Ari Saptono, M.Pd selaku Dekan Program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
2. Dr. Agung W Handaru ST, MM selaku Koordinator Prodi Magister Manajemen Program Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
3. Prof. Usep Suhud M.Si, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I;
4. Dan Prof. Dr. Saparuddin Mukhtar, M.Si selaku Dosen Pembimbing II.
5. Agus Putra, Viana Anantasiska, Maulida Isti'anah, Erni Suprihatin, Fitriyatunnisa, MT Nuril Anwar, Aprelia Nur Firdausi, Isti Qomah, Adni Kurniawan, dan Noverio Irawan, selaku rekan-rekan Mahasiswa Magister Manajemen Konsentrasi Pemasaran yang senantiasa membantu penulis selama proses perkuliahan di Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh Mahasiswa Magister Manajemen Angkatan XVII kelas eksekutif (EXATA) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang turut membantu dalam memberi masukan dan semangat dalam penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari dalam penulisan Tesis ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menambah pengetahuan dalam penyusunan Tesis yang baik serta agar Penulisan ini menjadi berguna dan bermanfaat bagi masyarakat, dosen, dan para Penulis lain dalam menggunakan, memanfaatkan aplikasi TikTok ini dengan baik.

Jakarta, 02 Februari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'CW' with a flourish at the end.

Christian Widodo  
(1708820046)