

PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK DENGAN TEKNOLOGI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* DAN *ONLINE REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE GAGA 100 DI KOTA BANDUNG

Ditulis Oleh :
Herlina

Dibimbing Oleh :
M. Hadi Prasetyo, SE.,MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media sosial Tiktok dengan Teknologi *Artificial Intelligence* dan *Online Review* terhadap Keputusan Pembelian Mie Gaga 100. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi yang digunakan adalah *followers* Tiktok Mie Gaga. Jumlah sampel sebanyak 100 orang melalui perhitungan rumus *Yamane*. Teknik sampling yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Sumber data menggunakan sumber primer dan sekunder. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, uji dan uji f yang dihitung dengan bantuan *software* SPSS versi 27. Hasil menunjukkan bahwa media sosial tiktok dengan teknologi *artificial intelligence* dan *online review* serta keputusan pembelian Mie Gaga 100 berada dalam kategori “Baik”. Berdasarkan hasil analisis media sosial tiktok dengan teknologi *artificial intelligence* dan *online review* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Gaga 100.

Kata kunci : Media Sosial Tiktok *Artificial Intelligence*, *Online Review*, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE
TECHNOLOGY AND ONLINE REVIEWS ON THE PURCHASE DECISION OF MIE
GAGA 100 IN BANDUNG***

Written by :
Herlina

Preceptor by :
M. Hadi Prasetyo, SE.,MM

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Tiktok social media with Artificial Intelligence Technology and Online Review on the Purchase Decision of Gaga 100 Noodle. The type of research used in this study is quantitative research with descriptive and verifiative methods. The population used is Mie Gaga's Tiktok followers. The number of samples was 100 people through the calculation of the Yamane formula. The sampling technique used is non-probability sampling with a type of purposive sampling. Data sources use primary and secondary sources. The statistical analysis used in this study is validity test, reality test, classical assumption test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, test and f test calculated with the help of SPSS software version 27. The results showed that TikTok social media with artificial intelligence technology and online reviews and purchase decisions of Mie Gaga 100 were in the "Good" category. Based on the results of social media analysis, TikTok with artificial intelligence technology and online reviews have an influence on the purchase decision of Mie Gaga 100.

Keywords : Social Media Tiktok Artificial Intelligence, Online Reviews, Purchase Decisions