

**PENGARUH IMPLEMENTASI *ARTIFICIAL INTELLIGENCE*,
ALGORITMA, DAN *FEED* AKUN *TIKTOK SHOP* TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN**

Sausan Salsabila

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi *artificial intelligence*, algoritma, dan *feed* akun *TikTok shop* terhadap minat beli konsumen. Metode yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan 110 responden kepada sampel yang sesuai dengan kriteria. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian uji parsial menunjukkan bahwa *artificial intelligence* (0,001), algoritma (0,015), dan *feed* akun *TikTok shop* (0,001). Berpengaruh juga secara simultan dengan hasil 0,000, sehingga disimpulkan variabel *artificial intelligence*, algoritma, dan *feed* akun *TikTokShop* berpengaruh positif terhadap variabel minat beli konsumen. Variabel *artificial intelligence* memberikan kemudahan kepada *TikTok shop* serta pengguna *TikTok* dalam berinteraksi. Tidak hanya teknologi *artificial intelligence*, tetapi algoritma juga dapat membantu pengguna *TikTok* untuk mendapatkan konten yang dicari dari apa yang direkam oleh algoritma tersebut. Sehingga algoritma dapat membantu menayangkan konten video maupun foto pada beranda akun pengguna *TikTok*. *Feed* akun *TikTok shop* juga dapat mempengaruhi minat beli pada konsumen, karena *Feed* akun merupakan bagian pertama yang akan dilihat oleh masyarakat, sehingga lebih baik *feed* akun *TikTok shop* memiliki tampilan yang menarik.

Kata Kunci: *Tiktok, Artificial, Intelligence, Algoritma, Feed, Akun, Tiktok, Shop, dan, Minat, Beli*

 13/10 '23

**THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE, ALGORITHM, AND
TIKTOK SHOP ACCOUNT FEED ON CONSUMER'S PURCHASE
INTEREST**

Sausan Salsabila

Abstract

This study to determine the effect of the implementation of artificial intelligence, algorithms, and tiktok shop account feeds on consumer buying interest. The method used was purposive sampling with a sample of 110 respondents who fit the criteria. Primary data was collected using a questionnaire method that has been tested for validity and reliability. The data analysis method used in this research is descriptive quantitative analysis method, instrument test, classical assumption test, and multiple linear regression test. The results of the partial test research show artificial intelligence (0.001), algorithm (0.015), and TikTok store account feed (0.001). It also has an effect simultaneously with result 0,000 so the conclusion is variables of artificial intelligence, algorithms, and the TikTok shop feed account have a positive effect on the variable of consumer buying interest. Artificial intelligence variables make it easy for the TikTok store and TikTok users to interact. Not only artificial intelligence technology, the algorithm can also help TikTok users get the content they are looking for from what is recorded by the algorithm. So that the algorithm can help display video and photo content on the homepage of the TikTok user account. The TikTok store account feed can also affect consumer buying interest, because the account feed is the first part that will be seen by the public, so the TikTok shop account feed should have an attractive appearance.

Keywords: *Tiktok, Artificial, Intelligence, Algorithms, The, Tiktok, Shop, Account, Feed, and, Buying, Interest*

