

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, L., & Zhou, P. (2024). Customer Engagement in Social Commerce Platforms. *International Journal of Information Management*, 52(1), 89-104.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dharma, R., Wijaya, S., & Kusuma, H. (2024). Digital Transformation Impact on Traditional Market Merchants. *Journal of Business Research*, 45(2), 234-249.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., Rahman, S., & Pratama, D. (2024). Review Authentication in Social Commerce: A Case Study of TikTok Shop. *Digital Commerce Research*, 28(3), 167-182.
- Harahap, D., & Kurnia, R. (2020). Transformasi Digital Pasar Tradisional: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 145-160.
- Ibrahim, M., Santoso, H., & Wijaya, R. (2024). Hidden Costs in Social Commerce Platforms. *Journal of Digital Marketing*, 15(4), 278-293.
- Kim, J., Park, S., & Lee, H. (2024). Content Quality Metrics in Social Commerce. *Journal of Marketing Research*, 61(2), 145-162.
- Kusuma, R., & Prasetyo, B. (2024). Live Streaming Commerce: A New Retail Paradigm. *Journal of Retail Innovation*, 18(1), 56-71.
- Kusumawati, A., & Hidayat, T. (2024). Product Category Performance in Short Video Commerce. *E-Commerce Studies*, 29(4), 312-327.
- Nugroho, A., & Santoso, H. (2024). Technical Challenges in Social Commerce Platforms. *Information Systems Journal*, 42(3), 189-204.
- Park, S., Kim, J., & Lee, H. (2024). Platform Optimization Strategies in Social Commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, 25(1), 78-93.
- Pratama, R., Wijaya, S., & Kusuma, H. (2023). Digital Platform Adoption Among Traditional Retailers: A Case Study of TikTok Shop. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32(4), 167-182.
- Rahman, A., & Putri, S. (2024). Platform Diversification Strategies for Traditional Retailers. *Digital Marketing Journal*, 19(2), 145-160.

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Surya, A., Wijaya, R., & Kusuma, H. (2021). Transformasi Digital UMKM di Era New Normal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(3), 234-249.
- Thompson, R., & Garcia, M. (2024). Security and Compliance in Social Commerce. *Information Systems Research*, 35(2), 167-182.
- Wang, L., & Chen, H. (2022). Social Commerce Evolution: The Rise of Short Video Platforms. *Journal of Electronic Commerce*, 23(4), 289-304.
- Wijaya, S., & Sutrisno, H. (2024). Digital Transformation Impact on Traditional Markets. *Asian Journal of Business Research*, 36(1), 123-138.
- Zhang, Y., Wang, L., & Chen, H. (2021). Social Commerce Integration with Short Video Platforms. *International Journal of Electronic Commerce*, 25(2), 167-182.

L

A

M

P

I

R

A

N



Gambar 1. Penyebaran link googleform Angket Penelitian Pada Pedagang Pakaian Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu



Gambar 2. Lokasi Penelitian Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu

KUESIONER PENELITIAN APLIKASI TIKTOK SHOP TERHADAP VOLUME PENJUALAN PAKAIAN PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL MODERN BENGKULU

Yth. Bapak/ibu/saudara/i,

Dengan rangka menyelesaikan Skripsi saya, Rohyana bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Shop Terhadap Volume Penjualan Pakaian Pedagang Di Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu". Sehubung dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/ibu/saudara/i, untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan pada kuesioner ini. atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih

Pertanyaan Jawaban 45 Setelan

Nama *

Teks jawaban singkat

Usia *

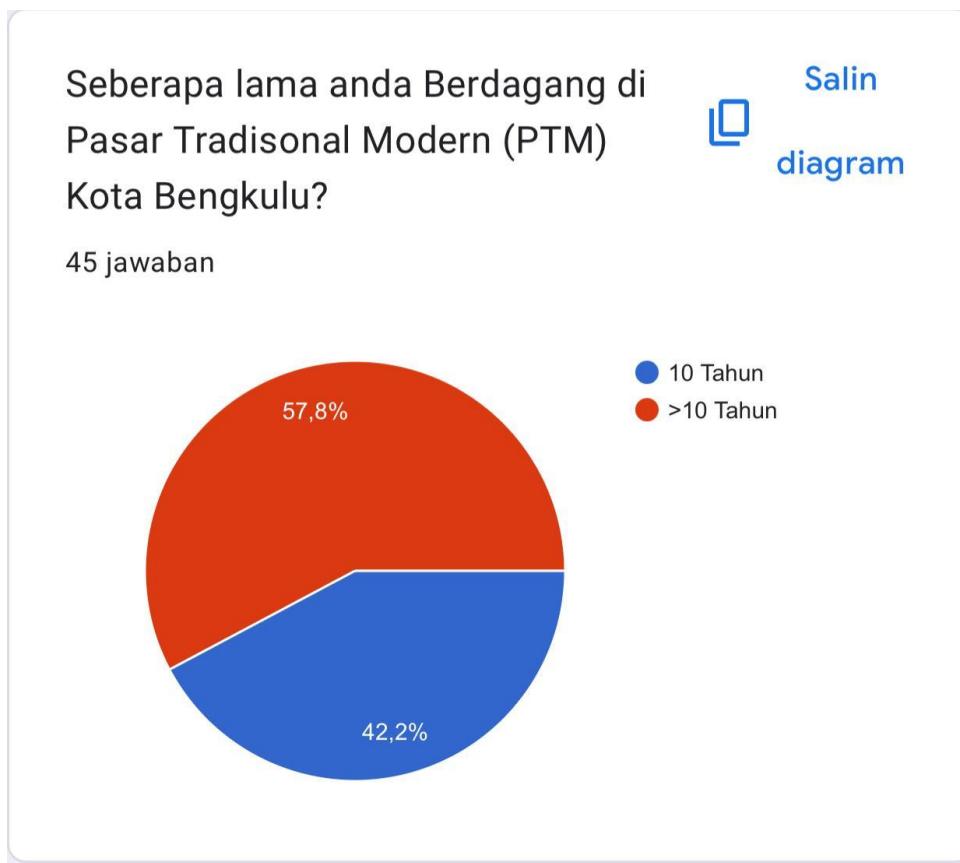
Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

☐ laki - laki

☐ Perempuan

Gambar 3. Bentuk googleform



Gambar 4. Hasil Kriteria Sampel pada GoggleForm

Lampiran 1. Angket Penelitian variabel (X) Aplikasi Tiktok Shop

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	saya menggunakan TikTok Shop lebih dari 5 kali dalam sehari.					
2.	Saya menggunakan TikTok Shop pada jam-jam ramai yaitu jam 3 - 6 sore.					
3.	Saya menggunakan TikTok Shop dalam satu sesi lebih dari 30 menit.					
4.	Durasi penggunaan TikTok Shop saya meningkat dalam beberapa bulan terakhir.					
5.	Saya memanfaatkan fitur Live,Dm dan tag produk untuk promosi dagangan.					
6.	Saya menggunakan fitur lainnya yang ada di Tiktokshop seperti keranjang kuning dan katalog secara rutin.					
7.	Saya menyampaikan informasi produk dengan jelas saat promosi.					
8.	Saya membuat konten promosi yang kreatif dan variatif.					
9.	Saya cepat merespons pertanyaan dari calon pembeli.					
10.	Saya rutin mengadakan sesi tanya-jawab saat live.					

Lampiran 2. Angket Penelitian variabel (Y) Volume Penjualan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Hasil penjualan saya meningkat sejak					

	menggunakan TikTok Shop.					
2.	Saya merasa puas karena target penjualan saya tercapai melalui TikTok Shop.					
3.	Keuntungan usaha saya meningkat setelah aktif di TikTok Shop.					
4.	Volume penjualan produk meningkat dalam beberapa bulan terakhir setelah menggunakan aplikasi Tiktokshop.					
5.	Harga produk yang saya tawarkan sesuai dengan kualitasnya.					
6.	Harga produk saya terjangkau oleh berbagai kalangan.					
7.	Pembeli jarang mengeluh tentang penurunan kualitas produk.					
8.	Pembeli merasa puas dengan produk yang saya jual.					
9.	Saya menawarkan berbagai macam model dan jenis pakaian.					
10	Saya rutin menghadirkan produk baru yang sedang tren.					

Lampiran 3. Tabulasi Hasil Angket Penelitian Variabel (X) Aplikasi Tiktok Shop

No	VARIABEL X (Aplikasi Tiktok Shop)										TOTAL X
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	
1	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
2	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	46
5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	45
6	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	45
7	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
8	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
9	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
10	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
11	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
12	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
13	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
14	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
15	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
16	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
18	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
26	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
27	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
28	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	45
29	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	45
30	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
31	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
34	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
37	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
38	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
39	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	46
40	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
41	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
42	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
43	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
44	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
45	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	39
Total	209	216	210	211	203	204	204	209	212	208	2.086

Lampiran 4. Tabulasi Hasil Angket Penelitian Variabel (Y) Volume Penjualan

No	VARIABEL Y (Volume Penjualan)										TOTAL Y
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	
1	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	46
2	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
6	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	44
7	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
8	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
9	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
10	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
13	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
14	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
15	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	46
21	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
22	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
25	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
26	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
27	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
28	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
29	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
30	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
31	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	47
32	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	45
33	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
34	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
35	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
38	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
39	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
40	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	45
41	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
42	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
43	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
44	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Total	205	210	214	212	208	214	211	207	214	216	2.111

Lampiran 5. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.821	2.310		1.221	0.229
	Aplikasi Tiktok Shop	0.950	0.050	0.943	18.876	0.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

(Sumber : Olah data IBM SPSS 26, 2025)

Lampiran 6. Tabel t

d.f.	TINGKAT SIGNIFIKANSI						
dua sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0,2%	0,1%
satu sisi	10%	5%	2,5%	1%	0,5%	0,1%	0,05%
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,307	3,551
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	3,301	3,544
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	3,296	3,538
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	3,291	3,532
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	3,286	3,526
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	3,281	3,520
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	3,277	3,515
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	3,273	3,510
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	3,269	3,505
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	3,265	3,500
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	3,261	3,496
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	3,258	3,492
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	3,255	3,488
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	3,251	3,484
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	3,248	3,480
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	3,245	3,476
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	3,242	3,473
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	3,239	3,470
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	3,237	3,466
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	3,234	3,463
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,232	3,460
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	3,229	3,457
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	3,227	3,454
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	3,225	3,452
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	3,223	3,449
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	3,220	3,447
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	3,218	3,444

67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	3,216	3,442
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	3,214	3,439
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	3,213	3,437
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	3,211	3,435
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	3,209	3,433
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	3,207	3,431
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	3,206	3,429
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	3,204	3,427
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	3,202	3,425
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	3,201	3,423
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	3,199	3,421
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	3,198	3,420
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	3,197	3,418
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	3,195	3,416