

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas konten terhadap kepuasan pelanggan, kegunaan informasi, dan pencarian informasi pada pengguna Tiktok Shop di Kota Semarang. Data dikumpulkan melalui metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden yang memiliki pengalaman berbelanja dan bertransaksi di Tiktok Shop. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) untuk menguji hubungan antar variabel, yang diolah melalui *software* IBM SPSS AMOS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kegunaan informasi, dan pencarian informasi. Selain itu, kegunaan informasi dan pencarian informasi juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang bagaimana kualitas konten di media sosial dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan dan loyalitas mereka.

Kata Kunci: Kualitas Konten, Kepuasan Pelanggan, Kegunaan Informasi, Pencarian Informasi, Tiktok Shop.