

***AI-DRIVEN PERSONALIZATION PADA CUSTOMER
ENGAGEMENT: STUDI PADA SOCIAL COMMERCE TIKTOK
DI PONOROGO***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Elda Nahwa Firdausy
NIM : 22415618
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

***AI-DRIVEN PERSONALIZATION PADA CUSTOMER
ENGAGEMENT: STUDI PADA SOCIAL COMMERCE TIKTOK
DI PONOROGO***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi Sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Elda Nahwa Firdausy
NIM : 22415618
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : *AI-Driven Personalization* pada *Customer Engagement*:
Studi pada *social commerce TikTok* di Ponorogo
Nama : Elda Nahwa Firdausy
NIM : 22415618
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 17 Februari 2004
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 12 Juni 2026

Pembimbing I



Fery Setiawan, S.E., MM
NUPTK. 1552767668131043

Pembimbing II



Dr. Diana Pramudya W, SE., MM
NUPTK. 0741761662230202

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Saiful Santoso, S.E., M.Si
NIK. 1970101619990412

Dosen Penguji

Ketua



Fery Setiawan, S.E., MM
NUPTK. 1552767668131043

Sekretaris



Dr. Riawan, S.Pd., MM
NUPTK. 537763664131113

Anggota



Wahna Widhianingrum, SP., MM
NUPTK. 3439764665230213

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *AI-driven personalization* yang terdiri dari *content personalization*, *product recommendation personalization*, dan *interaction personalization* terhadap *customer engagement* pada pengguna platform TikTok, khususnya Gen Z di Ponorogo. Yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu semakin berkembangnya penggunaan teknologi kecerdasan buatan dalam strategi pemasaran digital yang berfokus pada personalisasi pengalaman pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kuesioner. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang merupakan Gen Z pengguna platform TikTok di Ponorogo. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *content personalization*, *product recommendation personalization*, dan *interaction personalization* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement*. Variabel *content personalization* memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan *AI-driven personalization* pada TikTok berperan penting dalam meningkatkan *customer engagement* terutama melalui personalisasi konten yang relevan dengan preferensi pengguna.

Kata kunci : *AI-driven personalization*, *content personalization*, *product recommendation personalization*, *interaction personalization*, *customer engagement*

MOTTO

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

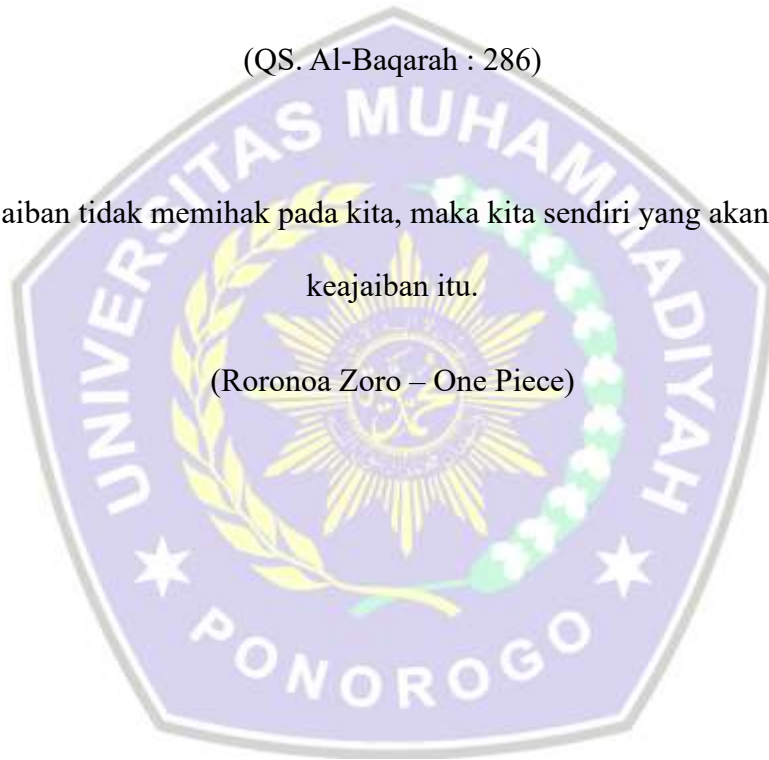
(QS. Al-Insyirah : 5-6)

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS. Al-Baqarah : 286)

Jika keajaiban tidak memihak pada kita, maka kita sendiri yang akan membuat
keajaiban itu.

(Roronoa Zoro – One Piece)



KATA PENGANTAR

Puji Syukur selalu terpanjatkan kepada kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“AI-Driven Personalization pada Customer Engagement: Studi pada social commerce TikTok di Ponorogo”*** dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, namun banyak pihak yang telah memberikan bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu saya sebagai penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu khususnya :

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Fery Setiawan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Dr. Diana Pramudya Wardani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing 2 yang

senantiasa bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Teman-teman seperjuangan manajemen khususnya kelas A angkatan 2022 yang mrnjadi bagian tak terpisahkan dalam perjalanan akademik ini, terimakasih atas kebersamaan dan semangat yang kalian berikan.
7. Seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, memberikan doa, dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh untuk dikatakan sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Ponorogo, 12 Juni 2026

Penulis



Elda Nahwa Firdausy

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahahirabbil ‘alamiin, puji syukur senantiasa penuliis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dan keberkahan bagi penlis dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan segenap rasa cinta dan kasih, karya tulis akhir tangan ini penulis persembahkan kepada:

1. Pintu surgaku, ibunda Jaitunik yang selalu menjadi penyemangat saya. Tempat saya pulang ketika lelah, bingung, dan hampir menyerah. Dengan kasih sayang yang tak pernah habis, serta doa-doa yang selalu mengalir di setiap hembusan nafas, ibu menjadi kekuatan terbesar dalam hidup saya. Dalam setiap proses penulisan skripsi ini di saat merasa lelah dan ragu doa ibu selalu meyakinkan saya dan ibu selalu menjadi alasan penulis untuk kembali bertahan dan menyelesaikannya. Setiap pencapaian yang saya capai adalah bagian dari dia ibu yang tak pernah putus, serta pengorbanan yang tak pernah ibu ceritakan, namun selalu penulis rasakan dalam setiap perjalanan hidup ini.
2. Cinta pertamaku, Bapak Tukiman penuntun dalam setiap langkah perjalanan dalam hidup saya. Dengan keteguhan dan ketenangan yang selalu bapak tunjukkan, bapak berdiri sebagai garda terdepan yang melindungi, mengarahkan, dan menguatkan putri kesayangannya dalam menghadapi berbagai proses kehidupan, termasuk dalam menyelesaikan skripsi ini. Dibalik setiap usaha yang penulis lakukan, terdapat dukungan bapak yang tak pernah surut baik melalui kerja keras, kepercayaan, maupun doa yang dipanjatkan dalam diam. Keteladanan bapak dalam bersikap dan bertanggung jawab menjadikan pegangan bagi saya untuk tetap melangkah, bertahan, dan tidak mudah menyerah. Skripsi ini saya persembahkan sebagai wujud rasa terima

kasih atas peran bapak sebagai penuntun dan garda terdepan dalam perjalanan hidup dan pendidikan saya.

3. Bapak Fery Setiawan, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Diana Pramudya Wardhani, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing saya. Arahkan, masukan, kesabaran, serta ketegasan yang diberikan menjadi penuntun bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Bimbingan yang tidak hanya bersifat akademik, tetapi juga membangun kedisiplinan dan ketekunan, menjadi bekal berharga bagi saya dalam proses belajar dan pengembangan diri.
4. Skripsi ini juga saya persembahkan kepada teman-teman yang telah hadir menemani perjalanan panjang ini. Terima kasih atas dukungan, semangat, bantuan, diskusi, serta kebersamaan yang diberikan, baik di saat lelah maupun di saat hampir menyerah. Kehadiran kalian membuat proses penulisan skripsi ini terasa lebih ringan dan penuh makna.

Terima kasih saya sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Setiap bantuan, doa, dan dukungan yang diberikan memiliki arti besar dalam terselesaikannya skripsi ini.

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 12 Juni 2026



Elda Nahwa Firdausy

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
MOTTO.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR.....	viii
KODE ETIK PENELITIAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
1. Digital Marketing Theory.....	14
2. Data-Driven Marketing.....	16
3. AI-Driven Personalization.....	17
4. Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Theory.....	21
5. Customer Engagement.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Penelitian.....	30
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III.....	35
METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	35

3.2	Populasi dan Sampel	35
1.	Populasi.....	35
2.	Sampel.....	36
3.3	Jenis dan Pengambilan Data	37
2.4	Definisi Operasional Variabel	40
2.5	Metode Analisis Data	44
1.	Uji Instrumen	45
2.	Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.	Uji Koefisien Determinasi	47
4.	Uji t (Parsial).....	48
BAB IV		50
HASIL DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Penelitian	50
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
2.	Deskripsi Identitas Responden.....	51
3.	Analisis Deskriptif	56
4.	Uji Instrumen Penelitian	62
5.	Alat Analisis Data	65
6.	Uji Hipotesis (Uji T/Uji Parsial)	69
4.2	Pembahasan.....	73
BAB V		82
KESIMPULAN DAN SARAN		82
5.1	KESIMPULAN	82
5.2	SARAN	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		90

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2. Skala Likert	40
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4. Indikator dan Instrumen Penelitian	42
Tabel 5. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 6. Karakteristik Status Responden	52
Tabel 7. Karakteristik Durasi Menonton Responden	54
Tabel 8. Karakteristik Kontribusi Responden	55
Tabel 9. Jawaban Responden Terhadap Content Personalization	57
Tabel 10. Jawaban Responden Terhadap Product Recommendation Personalization	59
Tabel 11. Jawaban Responden Terhadap Interaction Personalization	60
Tabel 12. Jawaban Responden Terhadap Customer Engagement	61
Tabel 13. Hasil Uji Validitas	63
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	66
Tabel 16. Hasil Uji Determinasi	69
Tabel 17. Hasil Uji T	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 2 Daerah penerimaan dan penolakan H_01	71
Gambar 3 Daerah penerimaan dan penolakan H_02	72
Gambar 4 Daerah penerimaan dan penolakan H_03	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	94
Lampiran 3. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden	99
Lampiran 4. Dokumentasi Pengumpulan Data	111
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	112
Lampiran 6. Hasil Uji Realibilitas	115
Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Data	116
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	116
Lampiran 9. Tabel R.....	117
Lampiran 10. Tabel T	119
Lampiran 11. Berita Acara Bimbingan	120
Lampiran 12. Bukti Submit Artikel.....	122
Lampiran 13. Bukti Cek Plagiasi	123