

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur posting ulang (*repost*) terhadap kepuasan penggunaan Tiktok pada Gen Z di Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uses and Gratification dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini tidak dibatasi oleh gender atau lokasi (unknown population), dimana teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan menggunakan rumus Lemeshow. Pengumpulan data didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner melalui Google Form, yang disebarakan kepada 400 responden dengan rentang kelahiran 1997-2012 yaitu usia 12 hingga 27 tahun. Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik Kesimpulan bahwa Fitur Posting Ulang (*repost*) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Penggunaan Tiktok pada Gen Z di Indonesia. Hubungan antara kedua variabel tersebut dinyatakan masuk dalam kategori sangat kuat yang telah dibuktikan dengan hasil uji hipotesis penelitian menggunakan uji T bahwa variabel fitur posting ulang (X) mempunyai nilai thitung = 26.543 > ttabel = 1.649 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka variabel independen “Fitur Posting Ulang (*repost*)” berpengaruh terhadap Kepuasan Penggunaan Tiktok pada Gen Z di Indonesia”.

Kata Kunci: Media Sosial, Tiktok, Fitur Posting Ulang, Kepuasan Pengguna.