ABSTRAK

Perkembangan media sosial TikTok telah mendorong perubahan strategi komunikasi pemasaran, termasuk pada industri jasa otomotif. Akun TikTok @bengkelpakyono memanfaatkan konten digital sebagai media untuk menyampaikan informasi, edukasi, dan promosi mengenai layanan Yonz Suspension. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah *followers* akun TikTok @bengkelpakyono yang jumlah pastinya tidak diketahui, sehingga penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus *Lemeshow*, dengan jumlah responden sebanyak 385 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu responden yang merupakan followers akun @bengkelpakyono dan pernah melihat konten yang diunggah. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten TikTok @bengkelpakyono memperoleh penilaian yang sangat baik, dengan dimensi menambah pengetahuan sebagai dimensi yang memperoleh penilaian tertinggi, diikuti oleh kredibilitas konten. Minat *followers* menggunakan jasa Yonz Suspension juga berada pada kategori sangat tinggi, dengan dimensi minat referensial dan minat eksploratif sebagai dimensi yang paling dominan. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan Y = 14,378 + 0,821X, dengan nilai t-hitung sebesar 27,111 dan signifikansi 0,000 (<0,05) sehingga kualitas konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *followers* menggunakan jasa Yonz Suspension. Nilai R Square sebesar 0,657 menunjukkan bahwa kualitas konten mampu menjelaskan 65,7% variasi minat menggunakan jasa, sedangkan 34,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan *Teori Uses and Effects*, temuan ini menunjukkan bahwa *followers* memanfaatkan TikTok sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai layanan otomotif. Kualitas konten yang memiliki kemampuan menambah pengetahuan, kejelasan informasi, memiliki daya tarik, dan kredibilitas mampu menghasilkan efek berupa meningkatnya pengetahuan, kepercayaan, serta minat followers untuk mencari informasi lebih lanjut, merekomendasikan, dan menggunakan jasa Yonz Suspension. Dengan demikian, kualitas konten menjadi faktor penting dalam membentuk minat penggunaan jasa melalui media sosial TikTok.

Kata kunci: kualitas konten, TikTok, *Uses and Effects*, minat menggunakan jasa, Yonz Suspension.

ABSTRACT

The rapid development of TikTok as a social media platform has transformed marketing communication strategies, including those in the automotive service industry. The TikTok account @bengkelpakyono utilizes digital content as a medium to provide information, education, and promotion regarding Yonz Suspension services. This study employed a quantitative approach using a survey method. The research population consisted of followers of the TikTok account @bengkelpakyono, whose exact population size was unknown. Therefore, the sample size was determined using the Lemeshow formula, resulting in 385 respondents. The sampling technique applied was purposive sampling, targeting respondents who followed the @bengkelpakyono account and had watched its uploaded content. Data were collected through a Likert-scale questionnaire. The data were analyzed using validity testing, reliability testing, normality testing, linearity testing, simple linear regression analysis, t-test, and coefficient of determination (R^2) with the assistance of IBM SPSS Statistics version 27.The findings indicate that the TikTok content quality of @bengkelpakyono was perceived as very good, with educational value receiving the highest evaluation, followed by content credibility. Meanwhile, followers' intention to use Yonz Suspension services was categorized as very high, with referential intention and exploratory intention emerging as the most dominant dimensions. The simple linear regression analysis produced the equation $Y = 14.378 + 0.821X$, with a t-value of 27.111 and a significance value of 0.000 ($p < 0.05$), indicating that content quality has a positive and statistically significant effect on followers' intention to use Yonz Suspension services. Furthermore, the R Square value of 0.657 indicates that content quality explains 65.7% of the variance in followers' intention to use the service, while the remaining 34.3% is influenced by other factors beyond the scope of this study.Based on the Uses and Effects Theory, these findings demonstrate that followers actively utilize TikTok to fulfill their information needs regarding automotive services. Content that provides educational value, high-quality information, attractiveness, and credibility generates positive effects by increasing followers' knowledge, trust, and intention to seek further information, recommend the service to others, and ultimately use Yonz Suspension services. Therefore, content quality plays a crucial role in shaping consumers' intention to use services through the TikTok social media platform.

Keywords: content quality, TikTok, Uses and Effects Theory, service usage intention, Yonz Suspension.