

ABSTRAK

Tren penggunaan media sosial semakin meluas di kalangan mahasiswa, termasuk di Politeknik Negeri Madiun. Tiktok telah menjadi *platform* sosial media yang populer telah menjadi fokus penelitian dalam konteks pengembangan fitur TikTok Shop. Fitur TikTok Shop merupakan inovasi terbaru aplikasi TikTok yang memungkinkan pengguna untuk membeli produk langsung dari platform tersebut. Fitur layanan pada aplikasi memiliki karakteristik yang berbeda sehingga dapat menjadi pembanding dengan aplikasi lainnya. Pada fitur TikTok Shop persepsi pelanggan sangatlah berperan penting dalam membangun pengalaman belanja yang menyenangkan. Tujuan dalam penelitian tugas akhir ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan persepsi mahasiswa Politeknik Negeri Madiun tentang fitur TikTok Shop. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan populasi mahasiswa Politeknik Negeri Madiun. Sampel uji atau responden dalam penelitian ini berjumlah 40 responden dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Pengelolaan data dilakukan dengan menganalisis data dari hasil kuesioner dengan bantuan aplikasi SPSS dan software Microsoft Excel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa Politeknik Negeri Madiun tentang fitur layanan TikTok Shop cukup baik dengan presentase 75% yang dinyatakan bahwa fitur layanan TikTok Shop ini mudah dalam memberikan akses informasi tentang produk dan jasa dengan presentase 45%, beragam dalam layanan transaksi dengan presentase 48%, beragam dalam fitur dengan presentase 60%, dan berinovasi produknya dengan presentase 48%.

Kata Kunci : *TikTok Shop, Fitur Layanan, Persepsi*