

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswa

Nama : Kadafi Akbar Afrijal Supardan
NIM : 25210070
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

II. Pendidikan

A. Formal

1. SDN Sawangan 04, lulus tahun 2015
2. SMPN 20 Depok, lulus tahun 2018
3. MA Mahad Al-Zaytun, lulus tahun 2021

B. Tidak Formal

1. Studi Independen Bersertifikat PT. Sekolah Export – 2023

III. Riwayat Pengalaman Berorganisasi / pekerjaan


1. Ketua Organisasi BOM – Z - 2021
2. Tim Konten DMF Yayasan Kubah Rahmatan Indonesia - 2025
3. Advertiser DMF Yayasan Kubah Rahmatan Indonesia – 2025 - sekarang












Jakarta, 12 Februari 2026



Kadafi Akbar Afrijal Supardan

	LEMBAR KONSULTASI TUGAS AKHIR
	UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

NIM : 25210070
 Nama Lengkap : Kadafi Akbar Afrijal Supardan
 Dosen Pembimbing I : Luky Fabrianto, S.Kom., M.Kom
 Judul Tugas Akhir : Pengaruh Iklan Video *Artificial Intelligence* terhadap Minat Beli Konsumen di TikTok

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	18 Oktober 2025	Diskusi Judul	
2.	1 November 2025	Pembuatan pra Quesioner Pengajuan BAB I	
3.	8 November 2025	Revisi BAB I Pengajuan BAB II	
4.	13 December 2025	Revisi BAB II	
5.	3 Januari 2026	Pengajuan BAB III	
6.	10 Januari 2026	Revisi BAB III Pengajuan BAB IV	
7.	17 Januari 2026	Pengajuan BAB IV	
8.	24 Januari 2026	Revisi BAB IV dan BAB V	
9.	13 Februari 2026	ACC Keseluruhan Tugas Akhir	

Bimbingan Tugas Akhir

Dimulai pada tanggal : 18 Oktober 2025

Diakhiri pada tanggal : 13 Februari 2026

Jumlah Pertemuan Bimbingan : 9 Pertemuan

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing



Ditandatangani Digital:
Luky Fabrianto
2026-02-13 09:34:30



(Luky Fabrianto, S.Kom., M.Kom)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Bukti Hasil Pengecekan Plagiarism

1770722367831_Bab 1.docx

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	goodstats.id Internet	60 words — 2%
2	repo.undiksha.ac.id Internet	37 words — 1%
3	diversityplus.com Internet	32 words — 1%
4	docplayer.info Internet	29 words — 1%
5	Ivandanny Nugraha, Riyandi Nur Sumawidjaja. "Pengaruh Tren Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ritel Modern", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	25 words — 1%

Lampiran A. 1 Hasil Plagiarisme BAB I

1770798584783_Bab 2.docx

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	www.ipm2kpe.or.id Internet	41 words — 1%
2	www.researchgate.net Internet	39 words — 1%
3	repository.upi.edu Internet	37 words — 1%
4	repository.umsu.ac.id Internet	36 words — 1%
5	etd.uinsyahada.ac.id Internet	25 words — 1%

Lampiran A. 2 Hasil Plagiarisme BAB I

1770817258395_Bab 3.docx

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.umsu.ac.id Internet	69 words — 3%
2	repository.unissula.ac.id Internet	36 words — 2%
3	repository.upi.edu Internet	35 words — 2%
4	jptam.org Internet	21 words — 1%

Lampiran A. 3 Hasil Plagiarisme BAB III

1770861727492_Bab 4.docx

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.nusamandiri.ac.id Internet	106 words — 1%
2	repository.umsu.ac.id Internet	73 words — 1%
3	journal.ilmudata.co.id Internet	69 words — 1%
4	Widyatmoko Widyatmoko, Seroja Enjang Prasasti. "Pengaruh Ulasan Media Sosial Tiktok Terhadap Niat Mengunjungi Cafe Tomoro Di Kota Kediri", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Crossref	67 words — 1%

Lampiran A. 4 Hasil Plagiarisme BAB IV

1770863223536_Bab 5.docx

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	docobook.com Internet	24 words — 2%
2	text-id.123dok.com Internet	20 words — 2%
3	repository.upi.edu Internet	14 words — 1%
4	jurnaluniv45sby.ac.id Internet	12 words — 1%
5	digilib.upi.edu Internet	10 words — 1%

Lampiran A. 5 Hasil Plagiarisme BAB V

Lampiran C. Form Kuesioner/Dataset

DATA RESPONDEN

No	Nama		
1	Bagus Cahyo	51	Hanif Yazid Adhiem
2	Panuju Eko	52	Al Fathir Putra Septianto
3	Riski Adinda	53	Sahat Tua
4	Danar Prihatna	54	Achmad Fadli Syukri
5	Nadia	55	Jauharul Fikri
6	Daffa	56	Vickry
7	Elsa	57	Lukman
8	Asyifa Nur Putri	58	Raafi Attalla
9	Purnomo Cahya	59	Agung Wicaksono
10	Maya	60	Ravael Yehezkiel
11	Nur Muthiatussolehah	61	Aulia
12	Olivia Chelia Natasya	62	Alfian Eka Maulana
13	Sofia Eka Nur Azizah	63	Finar Al Khori
14	Icsan Tito	64	Luvine Azahra
15	Syifa Putri	65	Rafli
16	Laurenz Hutabarat	66	Ikhsan
17	Friska Wulan Rieng Gulo	67	Raju
18	Aulia Rahma S	68	Theresia Andika M Maran
19	Luthfi	69	Hamzah Baraba
20	Nindya	70	Mayang Nur
21	Kepiting Cirebon	71	Devi
22	Faiz	72	Javierr
23	Kevin	73	Pemi
24	Muhammad Naufal Ferdinan	74	Virgy Syahry
25	Indri Ardiyanti	75	Shakira
26	Ridho Octoradika	76	Tias
27	Farid Abdurrazaq	77	Luna
28	Ramadhan Juniarto	78	Muhammad Alwi
29	Diki Saputra	79	Adinda
30	Rapi	80	Nabila
31	Vika	81	Otniel
32	Muhamad Rafi	82	Siti Aulia Tridani Yasmin
33	Imam	83	Nisa Cahya Aulia
34	Muhammad Alif Lutfi	84	Fella Tsabitha
35	Katarina Abi	85	Nabil Noor Albar
36	Rafail Gibransyah	86	Frederika Manuella Lawalata
37	Armando	87	Muhammad Rizki Raffael
38	Firdan Nur Fauzi	88	Ni Komang Ayu Berliana P.V

39	Abdul Kallam	89	Nadine
40	Steven Kosasih	90	Muhammad Rizky Pradityanto
41	Inawati Maulana	91	Figo
42	Riski Pelenger	92	Muhammad Nur Rizki
43	Ilham	93	Rifa Luthfatunnisa
44	Rafif	94	Dwi
45	Tiara Olivia	95	Bila
46	Dani		
47	Rafael Rifaldo Harita		
48	Galang Kurnianto		
49	Batagor		
50	Wisnu		

Tabulasi Kuesioner

IKLAN VIDEO AI

Resp	1	2	3	4	5	6	7	8	Y
1	4	3	3	2	2	3	2	3	22
2	3	4	4	2	3	2	2	4	24
3	4	3	4	4	2	3	2	5	27
4	4	4	4	4	4	3	3	3	29
5	3	3	4	2	3	3	3	3	24
6	4	4	4	4	2	4	4	4	30
7	4	4	4	4	2	4	4	4	30
8	4	3	3	2	3	4	4	3	26
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	1	4	3	3	1	1	3	3	19
11	3	3	4	3	2	3	3	4	25
12	3	3	3	2	3	2	3	3	22
13	4	4	4	4	2	5	5	5	33
14	1	1	1	1	5	1	1	1	12
15	1	1	2	1	1	1	1	1	9
16	3	3	3	2	3	2	3	3	22
17	3	3	3	2	2	3	3	3	22
18	3	3	4	3	2	3	3	3	24
19	5	3	4	4	3	4	4	4	31
20	3	3	2	2	1	2	3	3	19
21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
22	3	2	4	2	2	3	4	4	24
23	4	4	4	4	1	4	5	4	30
24	4	4	4	3	3	4	4	3	29
25	3	2	3	2	2	3	4	3	22
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	4	3	2	2	2	3	2	2	20
28	1	2	1	2	3	1	2	1	13
29	2	2	3	1	1	3	3	2	17
30	3	1	2	3	3	3	3	3	21
31	3	3	4	3	2	3	3	2	23
32	2	3	1	1	1	2	1	1	12
33	3	3	4	3	2	3	4	2	24
34	4	3	5	4	1	3	4	3	27
35	4	4	4	4	2	2	4	1	25
36	5	4	5	4	2	3	3	3	29

37	2	2	2	2	4	3	1	2	18
38	3	3	4	3	3	3	3	3	25
39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
40	2	3	2	1	2	1	2	1	14
41	2	1	1	2	1	2	2	2	13
42	4	2	3	4	3	3	3	3	25
43	3	3	3	2	3	2	2	2	20
44	3	3	3	3	3	3	3	3	24
45	3	3	3	3	3	2	3	3	23
46	3	3	3	3	3	3	3	3	24
47	4	2	2	3	4	3	3	3	24
48	1	1	3	3	3	1	5	3	20
49	2	3	1	1	1	1	1	1	11
50	4	4	4	4	2	4	4	5	31
51	5	3	3	3	3	3	3	3	26
52	3	4	4	4	2	3	4	3	27
53	4	3	3	4	3	3	4	4	28
54	4	4	3	4	3	3	4	3	28
55	1	4	4	2	3	2	2	2	20
56	5	5	5	5	1	5	5	5	36
57	5	4	4	4	4	4	3	5	33
58	3	3	3	3	3	3	3	3	24
59	1	1	1	1	1	1	1	1	8
60	3	3	3	3	3	3	3	3	24
61	4	4	5	4	4	4	4	4	33
62	4	4	5	4	1	3	3	2	26
63	4	4	4	4	2	4	4	4	30
64	2	4	2	3	1	1	2	1	16
65	3	3	3	2	3	1	5	3	23
66	1	1	1	1	5	1	5	2	17
67	1	4	4	2	4	2	5	1	23
68	4	4	4	2	1	5	3	3	26
69	3	2	3	3	2	3	3	4	23
70	3	4	4	3	2	5	4	4	29
71	2	2	1	2	2	3	3	2	17
72	3	2	3	2	2	2	4	1	19
73	4	3	4	2	3	3	1	3	23
74	2	2	1	3	1	2	3	1	15
75	4	2	5	3	1	3	1	4	23
76	3	3	4	3	3	3	3	3	25
77	2	3	3	3	2	3	4	2	22
78	3	4	4	3	1	3	3	3	24

79	3	4	4	2	4	3	2	3	25
80	3	3	4	3	3	2	3	4	25
81	3	3	3	4	2	3	2	3	23
82	2	2	1	1	1	2	2	1	12
83	4	4	3	2	1	2	3	2	21
84	2	2	3	4	1	2	1	4	19
85	3	2	4	3	3	3	4	2	24
86	4	3	4	2	3	3	3	3	25
87	4	4	4	4	2	4	4	4	30
88	4	4	4	3	3	3	4	4	29
89	2	3	4	2	5	1	2	1	20
90	2	1	3	3	3	2	1	3	18
91	3	3	4	3	3	2	4	3	25
92	2	3	3	3	3	3	3	3	23
93	1	5	3	1	3	3	3	3	22
94	4	3	4	3	3	3	3	3	26
95	3	2	3	3	2	3	2	3	21

40	2	3	2	3	4	4	3	21
41	1	1	1	1	4	1	1	10
42	3	3	3	3	3	3	3	21
43	2	3	3	2	2	3	2	17
44	3	3	3	3	3	3	3	21
45	2	3	2	2	3	3	2	17
46	3	3	3	3	5	3	3	23
47	5	3	2	1	3	3	3	20
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	1	1	1	1	1	1	1	7
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	3	3	3	3	3	3	3	21
52	3	3	4	3	3	4	3	23
53	3	3	3	4	3	3	4	23
54	4	3	4	3	4	3	4	25
55	3	2	4	2	2	2	1	16
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	5	3	4	4	4	4	3	27
58	3	3	3	3	3	3	3	21
59	5	5	1	1	1	5	1	19
60	3	3	3	3	3	3	3	21
61	4	4	4	4	4	3	3	26
62	2	3	3	2	4	3	3	20
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	3	2	2	2	3	3	2	17
65	4	3	3	4	4	5	5	28
66	2	2	2	3	2	2	2	15
67	1	1	1	1	3	1	1	9
68	4	4	4	3	4	4	4	27
69	2	2	2	2	3	4	3	18
70	4	4	4	4	4	4	4	28
71	4	3	3	3	2	4	4	23
72	2	2	2	1	2	2	3	14
73	3	4	4	3	4	5	3	26
74	1	1	2	1	1	2	1	9
75	4	2	1	2	1	1	3	14
76	4	3	3	4	4	3	3	24
77	2	4	3	3	5	4	3	24
78	3	3	2	3	3	4	3	21
79	4	3	3	3	2	3	4	22
80	4	3	3	3	3	3	3	22
81	2	3	3	3	3	4	2	20

82	2	5	1	1	1	1	1	12
83	3	3	2	2	2	4	2	18
84	2	2	1	2	2	2	1	12
85	3	3	3	3	2	3	3	20
86	3	3	3	3	3	3	3	21
87	3	3	3	3	3	3	3	21
88	3	3	3	4	3	3	3	22
89	1	1	1	4	4	4	3	18
90	3	3	3	3	3	3	3	21
91	3	3	3	3	3	3	3	21
92	3	3	3	4	3	3	3	22
93	1	3	3	3	3	3	3	19
94	2	2	2	2	2	2	2	14
95	2	3	3	3	3	4	4	22

Hasil Bukti Kuesioner Google Form

Kuesioner Penelitian: Pengaruh Iklan Video Berbasis Artificial Intelligence terhadap Minat Beli Konsumen di TikTok

B I U ↻ ✕

Perkenalkan, nama saya **Kadafi Akbar**, mahasiswa Program Studi **Bisnis Digital Universitas Nusa Mandiri**. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir dengan judul: *"Pengaruh Iklan Video Berbasis Artificial Intelligence terhadap Minat Beli Konsumen di TikTok."* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana iklan video yang dibuat menggunakan teknologi **Artificial Intelligence (AI)** dapat memengaruhi minat beli pengguna TikTok. Partisipasi Anda sangat membantu dalam penyusunan penelitian ini. Seluruh jawaban akan **dijaga kerahasiaannya** dan hanya digunakan untuk **kepentingan akademik**. Mohon menjawab setiap pertanyaan dengan jujur sesuai pengalaman dan pendapat pribadi Anda.

Terima kasih atas kesediaan Anda untuk berpartisipasi. 🙏

Nama Lengkap (opsional) *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

- Laki-laki
- Perempuan

Usia Anda: *

- < 17 tahun
- 17–20 tahun
- 21–25 tahun
- 26–30 tahun
- > 30 tahun

Pekerjaan: *

- Pelajar/Mahasiswa
- Karyawan
- Wirausaha
- Lainnya

Durasi penggunaan TikTok per hari: *

- < 1 jam
- 1–2 jam
- 3–4 jam
- > 4 jam

Frekuensi Anda melihat iklan video di TikTok: *

- Jarang
 - Kadang-kadang
 - Sering
 - Sangat sering
-

:::

Apakah Anda pernah melihat iklan video yang dibuat menggunakan teknologi AI (Artificial Intelligence) di TikTok?

- Ya, pernah
- Mungkin pernah, tapi tidak yakin
- Tidak pernah

Apakah Anda dapat membedakan antara iklan video yang dibuat oleh manusia dan yang dibuat menggunakan AI?

- Ya, saya dapat membedakannya dengan jelas
- Kadang bisa, kadang tidak
- Tidak, saya sulit membedakannya

Bagian 2 dari 4

Pernyataan Penelitian - Iklan Video AI

Bagian ini berisi sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan **pengalaman Anda dalam melihat iklan video berbasis Artificial Intelligence (AI)** di TikTok. Silakan berikan tanggapan Anda terhadap setiap pernyataan berikut sesuai dengan pendapat dan pengalaman pribadi Anda.

Gunakan skala penilaian berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

Tidak ada jawaban benar atau salah – yang penting adalah kejujuran Anda dalam menjawab.

1. Iklan video AI di TikTok memiliki tampilan visual yang menarik perhatian saya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

2. Iklan video AI di TikTok memiliki pesan yang mudah dipahami. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

3. Iklan video AI membuat saya merasa iklannya lebih modern dan inovatif. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

4. Saya merasa percaya bahwa informasi dalam iklan video AI cukup akurat. *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

5. Saya merasa ragu apakah iklan video AI benar-benar menampilkan produk nyata. (reverse statement) *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

6. Iklan video AI terasa sesuai dengan minat dan kebutuhan saya. *** *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

7. Saya merasa iklan video AI sering muncul pada waktu yang tepat sesuai dengan aktivitas saya. *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

8. Iklan video AI memberikan kesan profesional dan meyakinkan. *						
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Bagian 3 dari 4

Minat Beli Konsumen ✕ ⋮

Deskripsi (opsional)

9. Saya tertarik mencari tahu lebih lanjut produk yang ditampilkan dalam iklan video AI.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

10. Saya mempertimbangkan untuk membeli produk setelah melihat iklan video AI.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

11. Iklan video AI meningkatkan rasa ingin mencoba produk tersebut.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

12. Iklan video AI membuat saya lebih percaya pada merek yang diiklankan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

13. Saya cenderung mengingat merek setelah melihat iklan video AI.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

14. Iklan video AI memengaruhi keputusan saya dalam memilih suatu produk.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

15. Saya berencana membeli produk yang diiklankan melalui video AI di masa mendatang.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Hasil Pengujian Outer Model di SmartPLS 3

Hasil Uji Outer Loading

	Iklan Video AI (X)	Minat Beli Konsumen (Y)
X1	0.807	
X2	0.673	
X3	0.811	
X4	0.809	
X5	0.115	
X6	0.833	
X7	0.644	
X8	0.816	
Y1		0.652
Y2		0.702
Y3		0.844
Y4		0.853
Y5		0.741
Y6		0.750
Y7		0.832

Hasil Uji Construct Reliability and Validity

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Iklan Video AI (X)	0.887	0.892	0.912	0.600
Minat Beli Konsumen (Y)	0.885	0.903	0.911	0.595

Hasil Uji Diskriminant Validity (HTMT)

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion		Cross Loadings		Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	
		Iklan Video AI (X)	Minat Beli Konsumen (Y)		
Iklan Video AI (X)					
Minat Beli Konsumen (Y)			0.763		

Hasil Uji Diskriminant Validity (Cross Loading)

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion		Cross Loadings		Heterot	
		Iklan Video AI (X)	Minat Beli Konsumen (Y)		
X1		0.810		0.495	
X2		0.676		0.431	
X3		0.810		0.505	
X4		0.812		0.549	
X6		0.837		0.600	
X7		0.640		0.557	
X8		0.815		0.599	
Y1		0.431		0.655	
Y2		0.467		0.704	
Y3		0.676		0.844	
Y4		0.616		0.851	
Y5		0.499		0.740	
Y6		0.389		0.750	
Y7		0.594		0.832	

Hasil Uji Diskriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criterion		Cross Loadings		Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	
	Iklan Video AI (X)	Minat Beli Konsumen (Y)			
Iklan Video AI (X)					
Minat Beli Konsumen (Y)			0.763		

Hasil Uji Koefisien Jalur (Path Coefficient)

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard:	
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Iklan Video AI (X) -> Minat Beli Konsumen (Y)	0.697	0.716	0.063	11.021	0.000

Hasil Uji R Square

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
Minat Beli Konsumen (Y)	0.485	0.480

Hasil Uji F Square

f Square

Matrix	f Square	
	Iklan Video AI (X)	Minat Beli Konsumen (Y)
Iklan Video AI (X)		0.944
Minat Beli Konsumen (Y)		

Hasil Uji Q Square

Construct Crossvalidated Redundancy

	Total	Case1	Case2	Case3	Case4
			SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Iklan Video AI (X)			665.000	665.000	
Minat Beli Konsumen (Y)			665.000	492.436	0.259

Hasil Hipotesis Pengaruh Langsung

