

INTISARI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK , KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SECARA ONLINE PADA APLIKASI TIKTOK

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat saat ini, perdagangan *online* telah menjadi salah satu alternatif yang sangat populer di kalangan konsumen. Hal ini membuat semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada. Membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan pemasaran online perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran produk yang dilakukan. Hal ini juga dikarenakan konsep salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di TikTok Shop. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dan untuk menguji hipotesisnya menggunakan uji f, uji t dan koefisien determinasi R^2 , menggunakan software SPSS versi 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga juga berperan tetapi kurang signifikan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang efektif di platform TikTok Shop dan membantu UMKM dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, promosi, regresi berganda

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICES, AND PROMOTIONS ON ONLINE CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON THE TIKTOK APPLICATION

In today's rapidly developing digital era, online trading has become a very popular alternative among consumers. This makes existing business competition even tighter. This makes companies increasingly required to move faster in terms of attracting consumers. So companies that implement online marketing need to pay close attention to consumer behavior and the factors that influence their purchasing decisions in their product marketing efforts. This is also due to the concept that one way to achieve company goals is by knowing what the needs and desires of consumers or target markets are and providing the expected satisfaction more effectively and efficiently compared to competitors. This research aims to analyze the influence of product quality, service quality, price and promotion on consumer purchasing decisions at the TikTok Shop. This research uses multiple regression analysis methods and to test the hypothesis using the f test, t test and coefficient of determination R^2 , using SPSS version 20 software. The results of this research show that promotion has a significant effect on purchasing decisions, while product quality, service quality, and price also plays a role but is less significant. This research provides insight into effective marketing strategies on the TikTok Shop platform and helps MSMEs increase consumer satisfaction and loyalty.

Keywords: Product quality, service quality, price, promotion, multiple regression