

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of product quality and promotions on the TikTok application on purchasing decisions at Bellashoesjkt. The population of this research is consumers who have made purchases at Bellashoesjkt. The method used in this research is quantitative. The sampling technique in this research used nonprobability sampling with a sample size of 140 respondents. To process the research data, SPSS version 25 statistics were used. Because it has more than one variable, this research used multiple linear regression analysis. This analysis is used to test the relationship between the independent variable and the dependent variable. The research results show that product quality and promotion variables on the TikTok application partially have a positive and significant effect on purchasing decisions in Bellashoesjkt. The results of this research also show that product quality and promotion variables on the TikTok application simultaneously have a significant influence on purchasing decisions in Bellashoesjkt. Based on the results of the coefficient of determination test (R^2) of 0.716, this shows that the coefficient of determination test is large, which means that the independent variables (Product Quality and Promotion on the TikTok Application) are able to provide all the explanations needed to predict the dependent variable (Purchase Decision).

Keywords: *product quality, promotions on the TikTok application, Purchasing Decision*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, dan promosi pada aplikasi TikTok terhadap keputusan pembelian pada Bellashoesjkt. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Bellashoesjkt. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden. Untuk pengolahan data penelitian ini menggunakan statistik SPSS versi 25. Karena memiliki lebih dari satu variabel, maka penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi pada aplikasi TikTok secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Bellashoesjkt. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi pada aplikasi TikTok secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Bellashoesjkt. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,716 Hal ini menunjukkan pada uji koefisien determinasi besar, yang diartikan bahwa variabel independent (Kualitas Produk dan Promosi Pada Aplikasi TikTok) mampu memberikan seluruh penjelasan yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Keputusan Pembelian).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi Pada Aplikasi TikTok, Keputusan Pembelian