

## ABSTRAK

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa sebagian besar warga Kota Lhokseumawe lebih memilih belanja online melalui *social commerce* TikTok Shop dibandingkan dengan platform belanja online lainnya. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil pra-survei, yang hasilnya banyak dari mereka yang memutuskan untuk membeli dari *social commerce* TikTok Shop, dan bagi banyak orang, harga yang ditawarkan dan kualitas layanan yang diberikan menjadi alasan mereka untuk membeli di *social commerce* TikTok Shop. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada *social commerce* tiktok shop Masyarakat di Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan non probability sampling dan didapat 100 responden sebagai sampel penelitian yang diperoleh dari rumus lameshow. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji instrumen, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis serta koefisien determinasi dengan bantuan program software SPSS 26.0. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Dengan nilai sig. untuk variabel harga sebesar ( $0,000 < 0,05$ ) dan variabel kualitas pelayanan sebesar ( $0,010 < 0,05$ ). Sedangkan secara simultan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai signifikansi yaitu ( $0,000 < 0,05$ ).

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian , *Social Commerce*

## **ABSTRACT**

*The phenomenon that occurs shows that most residents of Lhokseumawe City prefer online shopping through TikTok Shop social commerce compared to other online shopping platforms. This statement is reinforced by the results of the pre-survey, the results of which are that many of them decided to buy from the TikTok Shop social commerce, and for many people, the price offered and the quality of service provided are the reasons they buy at the TikTok Shop social commerce. This study aims to see how the effect of price and service quality on purchasing decisions on social commerce TikTok shop Community in Lhokseumawe. This study uses descriptive quantitative research methods using non probability sampling and obtained 100 respondents as a research sample obtained from the lameshow formula. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis, instrument test, classical assumption test and hypothesis testing and the coefficient of determination with the help of the SPSS 26.0 software program. The results showed that partially the price and service quality variables had a positive and significant effect on purchasing decisions. With a sig.value for the price variable of (0.000 <0.05) and the service quality variable of (0.010 <0.05). Meanwhile, simultaneously price and service quality have a significant effect on purchasing decisions with a significance value of (0.000 <0.05).*

**Keywords: Price, Service Quality, Purchase Decision , Social Commerce**