

ABSTRAK

Nama : Sri Sauzi Amalia
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Desain Produk, Harga Dan Promosi Terhadap
Impulsive buying Produk The Originote Di TikTok Shop

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain produk, harga dan promosi terhadap *Impulsive buying* produk The Originote di TikTok Shop. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian produk The Originote di TikTok Shop. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 112 orang. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan cara angket atau menyebarkan kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal dan media internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji validitas dan reabilitas, uji hipotesis penelitian dan koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 26. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial desain produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Desain produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi *Impulsive buying* produk The Originote di TikTok Shop pada mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Nilai adjusted R square sebesar 21,5% sedangkan sisanya 78,5% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata kunci: Desain Produk, Harga, Promosi, *Impulsive Buying*

ABSTRACT

Name : Sri Sauzi Amalia
Study Program : Management
Title : The Influence Of Product Design, Price And Promotion On
Impulsive buying Of The Originote Product On TikTok Shop

The purpose of this study is to determine and analyze the influence of product design, price, and promotion on Impulsive buying of The Originote products on TikTok Shop. The population in this study are active students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. The sample in this study are students who have purchased The Originote products on TikTok Shop. There are 112 respondents in this study. Primary data in this study was collected through a questionnaire, while secondary data was obtained from journals and online media. The data analysis techniques used include multiple linear regression analysis, classical assumption tests, validity and reliability tests, hypothesis testing, and determination coefficient analysis using SPSS 26 software. This study is a quantitative research. The results of the study indicate that product design (X1), price (X2), and promotion (X3) partially have a positive and significant effect on impulsive buying. Product design is the most dominant variable influencing Impulsive buying of The Originote products on TikTok Shop among Economics and Business students at Malikussaleh University. The adjusted R-square value is 21.5%, while the remaining 78.5% can be explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Product Design, Price, Promotion, Impulsive Buying*