

ABSTRAK

Nama : Rini Maulinda
Program studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Ulasan Produk, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Tiktokshop Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh

Penelitian ini berfokus pada konsumen yang melakukan pembelian di Tiktok shop melalui aplikasi resmi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ulasan produk, pengaruh kepercayaan, pengaruh harga, terhadap keputusan pembelian di *marketplace* tiktokshop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Malikussaleh angkatan 2018-2022 yang pernah melakukan keputusan pembelian pada Tiktokshop. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probabilitas sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 174 responden yang diperoleh dengan menggunakan rumus Hair. Model analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan secara parsial (uji t) pada variabel ulasan produk (x1) diperoleh t hitung sebesar 4,180 lebih besar dari t tabel 1,974 sehingga disimpulkan bahwa ulasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tiktokshop. Kemudian variabel kepercayaan (x2) diperoleh t hitung 4,355 lebih besar dari t tabel 1,974 sehingga disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tiktok shop. Kemudian variabel harga (x3) diperoleh t hitung -3,461 lebih kecil dari t table -1,974 sehingga disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tiktok shop. Berdasarkan hasil analisis simultan (uji f) diketahui f hitung 67,173 lebih besar dari f table 3,05 sehingga disimpulkan variabel ulasan produk, kepercayaan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci :Ulasan Produk,Kepercayaan, Harga dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

*Name : Rini Maulinda
Study program: Management
Title : The Influence of Product Reviews, Trust, and Price on
Purchase Decisions on the Tiktokshop Marketplace
Malikussaleh University student*

This research focuses on consumers who make purchases at the Tiktok shop via the official application. This research aims to find out how much influence product reviews, the influence of trust, the influence of price have on purchasing decisions in the TikTokshop marketplace. This study uses a quantitative approach. Data collection techniques through distributing questionnaires. The population in this study were Malikussaleh University students class 2018-2022 who had made purchasing decisions at Tiktokshop. The sampling technique in this research uses a non-probability sampling method with a purposive sampling approach. The sample in this study was 174 respondents obtained using the Hair formula. The data analysis model used is multiple linear regression. Based on the results of partial data analysis (t test) on the product review variable (x1), it was obtained that the t count was 4.180, which was greater than the t table of 1.974, so it was concluded that product reviews had a significant effect on purchasing decisions at TikTokshop. Then the trust variable (x2) obtained a t count of 4.355 which is greater than the t table of 1.974 so it can be concluded that trust has a significant effect on purchasing decisions at the TikTok shop. Then the price variable (x3) obtained t count -3.461 which is smaller than t table -1.974 so it is concluded that price has a significant influence on purchasing decisions at the TikTok shop. Based on the results of simultaneous analysis (f test) it is known that f count 67.173 is greater than f table 3, 05 so it can be concluded that the variables product reviews, trust and price have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Product Reviews, Trust, Price and Purchasing Decisions.*