

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERBELANJA MELALUI TIKTOK SHOP PADA KONSUMEN DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Ayu Asela

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan berbelanja pada Tiktok Shop di Bandarlampung. Tiktok meluncurkan fitur yang memudahkan penggunanya untuk berbelanja online melalui aplikasi bernama Tiktok Shop. Tiktok Shop merupakan peluang tersendiri bagi para pengguna Tiktok untuk langsung mempromosikan produk dan layanan yang dapat dinikmati konsumen langsung dari media sosial. Populasi Dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk di Tiktok Shop dengan 200 sampel dan teknik pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode *field research* yaitu turun langsung kelapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji cochrans Q test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan berbelanja melalui Tiktok Shop terdapat 8 faktor yaitu Promosi, Kemudahan Aplikasi, Citra Merek, Kemudahan Transaksi, Harga, Kepercayaan, Kualitas Produk, Emosi Positif yang mempengaruhi keputusan berbelanja melalui Tiktok Shop di Bandar lampung. Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah meningkatkan Kualitas Informasi, meningkatkan Kualitas *Website*, mempehatikan Harga pasar, Meningkatkan Kepercayaan Konsumen, memperluas pasar dengan meningkatkan Promosi.

Kata kunci : Faktor-faktor, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

FACTOR ANALYSIS EFFECTING PURCHASE DECISION TROUGH TIKTOK SHOP ON CUSTOMER IN BANDAR LAMPUNG

By:
Ayu Asela

The purpose of this research was identify factors affecting purchase decision on Tiktok Shop in Bandar Lampung. Tiktok release the fitur that can make user easier when they are online purchase through Tiktok Shop application. Tiktok Shop open to all tiktok users directly sales their product from social media. Reseach sample in this research were 200 respondent that using tiktok shop to buy goods. The respondent judge by using purposive sampling technique. Collecting the data used field research by online questionnaire. Data analysis in this research used Cochran Q test. Research result showed there were 8 factors influence purchase decision trough tiktok shop asuch as: promotion, ease of use, brand image, ease to transaction, price, trust, product quality, and positive emotion. The suggestion to Tiktok Shop increasing the information quality, website quality, focus on market price, increasing the customer trust and expanding the market to increasing the promotion.

Keywords: Factors, Purchase Decision.