

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND LOVE*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THE ORIGINOTE PADA APLIKASI *TIKTOK SHOP*

Oleh :

DIKI FAJRIN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *brand love*, *online customer review*, dan varian produk terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan Asosiatif Kausal dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, jumlah sebanyak 145 responden yang pernah membeli produk The Originote pada aplikasi TikTok Shop. Teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan menggunakan software Smart PLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), *Brand Love* (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), *Online Customer Review* (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan Varian Produk (X4) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci: kualitas produk, *brand love*, *online customer review*, varian produk, keputusan pembelian, the originote, *partial least square* (PLS)

Masduki
8/5/2024