

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Tiktok Shop (Studi Kasus: Mahasiswa/I S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas Angkatan 2021, Angkatan 2022, dan Angkatan 2023) dengan sampel sebanyak 170 responden. Data diperoleh dengan melakukan menyebarkan kuisioner, kemudian diolah dan diuji dengan menggunakan SPSS. Dari penelitian yang dilakukan diketahui berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen, semakin tinggi variabel kualitas produk yang diciptakan maka akan meningkatkan keputusan pembelian dengan asumsi variabel yang lain tetap konstan atau tetap. Persamaan kondisi suatu produk yang dilihat pelanggan secara online dengan kondisi real produk dapat membuat keputusan pembelian meningkat. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen, mempengaruhi daya beli konsumen persepsi nilai produk, dan posisi pasar suatu merek. Harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan konsumen dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Disisi lain, harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik produk bagi konsumen yang sensitif terhadap harga, sementara harga terlalu rendah dapat merusak persepsi kualitas produk atau mengurangi profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu penetapan harga yang tepat sangat penting dalam strategi pemasaran untuk mencapai tujuan bisnis. Gratis ongkir memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen, gratis ongkir dapat meningkatkan daya tarik pelanggan, mengurangi biaya konversi total, meningkatkan konversi penjualan, strategi pemasaran, promosi dan penjualan, loyalitas pelanggan dengan demikian gratis ongkir bukan hanya menarik secara psikologis bagi konsumen, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada keputusan pembelian dan performa penjualan suatu produk. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa besar pengaruh Pengaruh Kualitas

produk Harga dan Gratis ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Mahasiswa/I S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas Angkatan 2021, Angkatan 2022, dan Angkatan 2023) adalah sebesar 35,5% sedangkan sisanya 64,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci : Kualitas produk, Harga, Gratis ongkir dan Keputusan Pembelian Konsumen

SUMMARY

This research aims to find out the influence of product quality, price and free shipping on consumer purchasing decisions at the Tiktok Shop (Case Study: Undergraduate Students in Management, Faculty of Economics and Business, Dharma Andalas University, Class of 2021, Class of 2022, and Class of 2023) with a sample of 170 respondents . Data was obtained by distributing questionnaires, then processed and tested using SPSS. From the research conducted, it is known that based on the results of hypothesis testing, the results of hypothesis testing show that product quality has a significant effect on consumer purchasing decisions. increasing purchasing decisions with the assumption that other variables remain constant or constant. The similarity of the condition of a product that customers see online with the real condition of the product can make purchasing decisions increase. Price has a significant influence on consumer purchasing decisions, influencing consumer purchasing power, perception of product value. and the market position of a brand. Prices that match the perceived value of consumers can increase sales and expand market share. On the other hand, a price that is too high can reduce the product's appeal to price-sensitive consumers, while a price that is too low can damage the perception of product quality or reduce the company's profitability. Therefore, setting the right price is very important in marketing strategies to achieve business goals. Free shipping has a significant influence on consumer purchasing decisions, free shipping can increase customer attraction, reduce total conversion costs, increase sales conversions, marketing strategies, promotions and sales, customer loyalty thus free shipping is not only psychologically attractive to consumers, but also has a significant impact on purchasing decisions and sales performance of a product. The results of the coefficient of determination show that the magnitude of the influence of product quality, price and free shipping on consumer purchasing decisions (Case Study: Undergraduate Students in Management, Faculty of Economics and Business, Dharma

Andalas University, Class of 2021, Class of 2022, and Class of 2023) is 35.5%, while the remaining 64.5% is influenced by other factors.

Keywords: *Product quality, price, free shipping and consumer purchasing decisions*

