

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat peneliti untuk tujuan menganalisis pengaruh konten tiktok, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mie bestie. Yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu perkembangan teknologi yang semakin pesat yang mempengaruhi beberapa aspek di bidang ekonomi sehingga menjadikan pengguna bisnis mengembangkan bisnisnya melewati konten tiktok. Metode yang digunakan peneliti adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner berbasis skala likert 5 poin kepada 100 responden yang mengetahui konten tiktok mie bestie. Pengujian instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa setiap variabel yang diukur memiliki konsistensi dan akurasi yang memadai. Analisis data yang dilakukan dengan uji asumsi klasik dan regresi linear berganda guna mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten tiktok berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengembangan strategi konten yang menarik dan relevan, harga dan kualitas produk dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis serta wawasan bagi peneliti selanjutnya dan bagi pengelola bisnis untuk mengembangkan bisnisnya.

Kata kunci : Konten tiktok, Harga, Kualitas produk, Keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study was conducted by researchers to analyze the influence of tiktok content, product quality and price on purchasing decisions for Bestie noodles. The background to this study is the increasingly rapid development of technology that affects several aspects in the economic sector, making business users develop their businesses through tiktok content. The method used by researchers is a quantitative approach with primary data collection through a 5-point Likert scale-based questionnaire to 100 respondents who know the content of bestie noodles tiktok. Instrument testing through validity and reliability tests to ensure that each variable measured has adequate consistency and accuracy. Data analysis was carried out using classical assumption tests and multiple linear regression to identify the relationship between variables. The results of the study showed that tiktok content had a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions, and price had a positive and significant effect on purchasing decisions. These findings indicate that developing an interesting and relevant content strategy, price and product quality can improve purchasing decisions. The results of this study are expected to provide practical contributions and insights for further researchers and for business managers to develop their businesses.

Keywords: Tiktok content, Price, Product quality, Purchasing decisions