

ABSTRAK

Skripsi dengan judul Pengaruh Promosi, Harga dan *Cash On Delivery* (COD) terhadap Keputusan Pembelian Produk di TikTok Shop pada Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung ini ditulis oleh Dinnar Nur Listiani, NIM. 12405193276, pembimbing Fitrianiatsany, S.Sos., M.A.

Pesatnya perkembangan teknologi pada saat ini, sangat memudahkan para pemilik perusahaan maupun para pelaku usaha kecil untuk beralih ke bisnis online karena bisa meminimalisir modal. Pada era digital yang terjadi saat ini sudah mulai banyak bermunculan beragam sistem pemasaran dan pembayaran produk atau jasa yang bisa dikatakan memudahkan masyarakat untuk berbelanja. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran yang menggunakan jaringan internet ialah aplikasi TikTok. TikTok memiliki fitur aplikasi yang dapat digunakan untuk mengunggah video dan melakukan *Live Streaming* agar dapat berinteraksi secara langsung dengan banyak orang. Aplikasi TikTok juga menambah fitur TikTok Shop yang dapat digunakan penggunanya untuk berbelanja secara online. Fitur TikTok Shop ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha bisnis untuk menambah jangkauan pasar yang lebih luas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, harga dan *Cash On Delivery* (COD) terhadap keputusan pembelian produk di TikTok Shop.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sebagai subjek penelitian, karena mahasiswa merupakan kaum milenial dan intelektual yang dapat memahami dan sudah sadar adanya teknologi serta ikut merasakan pertumbuhan dan perubahan pada era globalisasi saat ini. Terdapat 100 responden yang diambil menggunakan teknik pengambilan sampel *probability simple random sampling* dan metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, harga dan *Cash On Delivery* (COD) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk di TikTok Shop.

Kata kunci: Promosi, Harga, *Cash On Delivery* (COD), Keputusan Pembelian, Tiktok Shop

ABSTRACT

*This thesis entitled *The Influence of Promotion, Price and Cash On Delivery (COD) on Product Purchasing Decisions at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Student TikTok shop* written by Dinnar Nur Listiani, NIM. 12405193276, supervisor Fitriyanatsany, S.Sos., M.A.*

The rapid development of technology at this time makes it very easy for company owners and small business actors to switch to online business because it can minimize capital. In the current digital era, various marketing and payment systems for products or services have begun to emerge, which can be said to make it easier for people to shop. One of the companies engaged in marketing that uses the internet network is TikTok. TikTok has an application feature that can be used to upload videos and do Live Streaming so you can interact directly with many people. The TikTok application also adds a TikTok Shop feature that users can use to shop online. This TikTok Shop feature can be utilized by business people to add to a wider market reach. The purpose of this study was to determine the effect of promotions, Cash On Delivery (COD) on product purchasing decisions at the TikTok Shop.

In this study, researchers used UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung students as research subjects, because students are millennials and intellectuals who can understand and are aware of technology and are also experiencing growth and change in the current era of globalization. There were 100 respondents who were taken using probability sampling technique simple random sampling and the research method used was a quantitative approach with multiple linear regression analysis as a data analysis technique. The results of the study show that promotions, prices and Cash On Delivery (COD) have a positive and significant effect on the decision to purchase products at the TikTok Shop.

Keywords: *Promotion, Price, Cash On Delivery (COD), Purchase Decision, Tiktok Shop*