

ABSTRAK

ANNISA OCTAVIANI. Pengaruh Iklan, Sistem Cash on Delivery, Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada TiktokShop Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Karawaci-Tangerang). Di bawah bimbingan IMAL ISTIMAL.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis iklan, sistem COD, promo gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada Tiktok shop dikalangan mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Karawaci-Tangerang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Alat analisis yang digunakan adalah aplikasi SPSS versi 16. Dengan hasil peneliti bahwa 4 variabel, terdapat 3 variabel yang signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu variabel Iklan dengan mendapatkan hasil uji hipotesis uji t mendapatkan nilai T_{hitung} sebesar 3,447 dan T_{tabel} sebesar 1,991 maka H_a diterima sedangkan H_0 ditolak yang artinya variabel Iklan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian $0,001 < 0,05$, sedangkan variabel COD mendapat nilai uji hipotesis t (uji parsial) sebesar nilai T_{hitung} sebesar 0,735 dan T_{tabel} 1,991 (df $90-3-1= 86$ dan signifikansi 0,05). Dengan demikian $T_{hitung} < T_{tabel}$ bisa disimpulkan bahwa Variabel Sistem COD tidak berpengaruh atau tidak mempunyai kontribusi terhadap Keputusan Pembelian, variabel Promo Gratis Ongkir mendapat nilai uji hipotesis t (uji parsial) sebesar nilai T_{hitung} sebesar 5,260 dan T_{tabel} sebesar 1,991 maka H_a diterima sedangkan H_0 ditolak yang artinya variabel Promo Gratis Ongkir memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian $0,000 < 0,05$ Dan pengaruh variabel Iklan, COD, Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian secara simultan nilai signifikansi senilai $0,000 < 0,05$ serta didapat nilai F_{hitung} untuk model regresi yang dipakai senilai 41.661. menentukan F_{tabel} yaitu memanfaatkan keyakinan 90% $\alpha = 5\%$ (0,05), $df_1 = 3$ serta $df_2 (90-3) = 86$, maka hasil F_{tabel} senilai 2,71. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($41.661 > 2,71$), berarti H_0 ditolak sedangkan H_a diterima, maka oleh karena itu bisa disimpulkan yaitu Iklan, Sistem COD dan Promo Gratis Ongkir mempengaruhi dengan simultan atau memberikan pengaruh dengan cara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Iklan, COD, Gratis Ongkir, TikTok Shop, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ANNISA OCTAVIANI. Influence of Advertising, Cash on Delivery System, Free Promo Fee of Sending Against Purchase Decision on TiktokShop by Students (Studi Kasus Mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Karawaci-Tangerang). Under the guidance of IMAL ISTIMAL.

The purpose of this research is to analyze advertising, COD system, promo free of charge, and sending against the purchase decision on Tiktok shop among ITB students Ahmad Dahlan Karawaci-Tangerang. The method used is quantitative with an associative approach. The analytical tool used is the SPSS version 16 application. With the results of the research that 4 variables, 3 variables significantly influence the decision of purchase, namely the variable Ad by obtaining the test results hypothesis test t gets the value of T_{hitung} as 3,447 and T_{table} as 1,991 then H_a accepted while H_0 rejected which means the Variable Ad has a significant influence on the Purchase Results $0,001 < 0,05$, while the variables COD obtained the test value of the hypothesis t (partial test) of the value T_{hitung} of 0,735 and T_{table} 1.991 ($df_{90-3-1} = 86$ and significance 0,05). $T_{hitung} < T_{table}$ can be concluded that the System Variable COD has no influence or has no constitution on the Purchase Decision, the Free Promotion Variable Uncost sends the test value of the hypothesis t (partial test) of the T_{hitung} value of 5,260 and the T_{table} of 1,991 then H_a is accepted while H_0 is rejected which means the free Promotion variable uncosts sends has a significant influence on the Buying Decision $0,000 < 0,05$ and the influence of the variable Ad, COD, Free Promotions Uncosta sends against the Buyer Decision simultaneously the significance value of $0,000 < 0,05$ as well as obtained the calculation value of F for the regression model used the value of 41.661. The F_{table} determines that it contains 90% confidence $\alpha = 5\%$ (0,05), $df_1 = 3$, and $df_2 (90-3) = 86$, then the result of the F_{table} is valued at 2.71. Calculation value $> F_{table}$ ($41.661 > 2.71$), means H_0 rejected while H_a accepted, so, therefore, it can be concluded that Ads, COD system, and Free Promo Fee shipping simultaneously influence or give influence jointly on the Purchase Decision.

Keywords: Advertising, COD, Free Shipping, TikTok Shop, Purchase Decision