

ABSTRAK

Nama : Indah Saputri
NIM : 3013251005
Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Pengguna TikTok Shop di Kecamatan Anyer, Banten
xvi + 112 hlm

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk fashion pada pengguna TikTok Shop di Kecamatan Anyer, Banten. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pengguna TikTok Shop di Kecamatan Anyer yang pernah membeli produk fashion. Landasan teori yang digunakan adalah manajemen pemasaran dan perilaku konsumen sebagai dasar dalam menjelaskan keputusan pembelian konsumen.

Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk fashion, baik secara parsial maupun simultan. Nilai R^2 sebesar 0,626 menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 62,6% variasi keputusan pembelian produk fashion, sedangkan 37,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian produk fashion pada pengguna TikTok Shop di Kecamatan Anyer, Banten. Oleh karena itu, penjual disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk serta meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan keyakinan konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen juga disarankan untuk memperhatikan informasi mengenai produk dan kualitas pelayanan sebelum melakukan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Produk Fashion, TikTok Shop.

Referensi : 22 buku, 24 jurnal, dan 4 sumber internet

Jakarta, 02 September 2026

Indah Saputri

ABSTRACT

Name : Indah Saputri

NIM : 3013251005

Title : *The Effect of Product Quality and Service Quality on Fashion Product Purchase Decisions among TikTok Shop Users in Anyer District, Banten*
xvi + 112 hlm

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on fashion product purchase decisions among TikTok Shop users in Anyer District, Banten. This study used a quantitative method with a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires distributed to 100 TikTok Shop users in Anyer District who had purchased fashion products. The theoretical foundation used in this study is marketing management and consumer behavior as a basis for explaining consumer purchase decisions.

Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2). The results showed that product quality and service quality had a positive and significant effect on fashion product purchase decisions, both partially and simultaneously. The R^2 value of 0.626 indicates that product quality and service quality can explain 62.6% of the variation in fashion product purchase decisions, while the remaining 37.4% is explained by other factors outside the scope of this study.

Based on the results of the study, product quality and service quality are factors that can influence fashion product purchase decisions among TikTok Shop users in Anyer District, Banten. Therefore, sellers are advised to maintain and improve product quality and service quality in order to increase consumers' confidence in making purchases. Consumers are also advised to pay attention to product information and service quality before making a purchase.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Fashion Product Purchase Decisions, TikTok Shop.

References: 22 books, 24 journals, and 4 internet sources.

Jakarta, 02 September 2026

Indah Saputri