

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH DISKON HARGA, RATING DAN ULASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA FITUR TIKTOK SHOP**

**Danny Maulana Efendi**

212361201033

Dosen Pembimbing

1. Dr Henny Dwijayani, SE.M Si
2. Puteri Syarifah Al Sakinah SE MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diskon harga, rating dan ulasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada fitur tiktok shop. Dengan meningkatnya popularitas e-commerce, khususnya dikalangan generasi muda, tiktok shop menjadi platform yang menarik untuk diteliti. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 83 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darul Ulum. Hasil analisis menunjukkan bahwa diskon harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana semakin besar diskon yang diberikan, semakin tinggi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, rating produk juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, di mana rating yang tinggi meningkatkan kepercayaan konsumen. Ulasan konsumen juga terbukti berpengaruh positif, di mana konsumen cenderung membaca ulasan sebelum melakukan pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan diskon harga menjadi variabel yang paling dominan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku bisnis dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif di platform tiktok shop, serta memberikan informasi yang berguna bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih baik.

Kata kunci: Diskon Harga, Rating, Ulasan Konsumen, Keputusan Pembelian, Tiktok Shop.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PRICE DISCOUNTS, RATINGS AND CONSUMER REVIEWS ON PURCHASING DECISIONS ON TIKTOK SHOP FEATURES**

**Danny Maulana Efendi**  
212361201033

Dosen Pembimbing

1. Dr Henny Dwijayani, SE.M Si
2. Puteri Syarifah Al Sakinah SE MM

This research aims to analyze the influence of price discounts, ratings and consumer reviews on purchasing decisions on the TikTok shop feature. With the increasing popularity of e-commerce, especially among the younger generation, TikTok Shop has become an interesting platform to research. The research method used was quantitative by collecting data through questionnaires distributed to 83 respondents who were students at the Faculty of Economics, Darul Ulum University. The results of the analysis show that price discounts have a positive and significant influence on purchasing decisions, where the greater the discount given, the higher the consumer's purchasing decision. Apart from that, product ratings also have a positive effect on purchasing decisions, where high ratings increase consumer confidence. Consumer reviews have also been proven to have a positive influence, where consumers tend to read reviews before making a purchase. Simultaneously, these three variables have a significant effect on purchasing decisions, with price discounts being the most dominant variable. It is hoped that this research can provide insight for business people in designing more effective marketing strategies on the TikTok Shop platform, as well as providing useful information for consumers in making better purchasing decisions.

**Keywords:** Price Discounts, Ratings, Consumer Reviews, Purchase Decisions, Tiktok Shop.