

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh harga, kualitas pelayanan serta promosi terhadap tingkat kepuasan pelanggan TikTok Shop di kalangan mahasiswa aktif yang berdomisili di Kota Medan. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan data diolah dengan metode regresi linier berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, variabel harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $t = 3,285$ ;  $sig. = 0,009$ ). Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan ( $t = 3,697$ ;  $sig. = 0,000$ ) serta menjadi faktor paling dominan di antara ketiga variabel. Sementara itu, promosi turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $t = 3,027$ ;  $sig. = 0,003$ ).

Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $F = 29,674$ ;  $sig. = 0,000$ ). Model regresi yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 48,1% variasi kepuasan pelanggan ( $R^2 = 0,481$ ) sedangkan sebesar 51,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Selain itu, hasil analisis deskriptif mengindikasikan bahwa persepsi mahasiswa terhadap harga, kualitas pelayanan, promosi dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan berada pada kategori tinggi.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan, TikTok Shop