

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk meneliti dampak teknik promosi, pertimbangan harga, dan persepsi kualitas produk terhadap niat pembelian konsumen untuk produk Glad2Glow melalui TikTok Shop. Populasi penelitian terdiri dari individu yang sebelumnya pernah melihat iklan produk Glad2Glow melalui TikTok Shop. Studi ini menggunakan pengambilan sampel bertujuan, termasuk total 120 responden. Setelah mengumpulkan data melalui survei, perangkat lunak SPSS digunakan untuk membantu pengujian regresi linier berganda. Menurut hasilnya, strategi periklanan, penetapan harga, dan kesan konsumen terhadap kualitas produk semuanya berperan dalam membentuk kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Kecenderungan konsumen untuk membeli dari TikTok Shop dapat ditingkatkan dengan penggunaan strategi pemasaran digital yang lebih efektif, penetapan harga yang kompetitif, dan peningkatan persepsi kualitas produk, menurut hasil penelitian tersebut.

***Kata kunci* : Strategi Promosi, Penetapan Harga, Persepsi Kualitas Produk, Minat Beli, TikTok Shop**