

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG DI TIKTOK SHOP DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap pembelian ulang di TikTok Shop pada kalangan mahasiswa Universitas Prima Indonesia. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pesatnya perkembangan social commerce, khususnya TikTok Shop, yang mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara online. Namun, tingkat pembelian ulang masih dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, harga, dan efektivitas promosi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Prima Indonesia sebanyak 17.289 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria mahasiswa yang pernah melakukan pembelian ulang di TikTok Shop. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dan analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Pembelian Ulang, TikTok Shop

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion on repurchase intention on TikTok Shop among students of Universitas Prima Indonesia. The background of this research is based on the rapid growth of social commerce, especially TikTok Shop, which has influenced changes in consumer purchasing behavior. However, repurchase intention is still influenced by several factors such as product quality, price, and promotional effectiveness.

This research uses a quantitative method with a survey approach. The population in this study consists of 17,289 students of Universitas Prima Indonesia, with a sample size of 100 respondents determined using the Slovin formula. The sampling technique used is purposive sampling, with criteria of students who have made repurchases on TikTok Shop. Data collection was conducted through questionnaires, and data analysis was performed using multiple linear regression.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, Repurchase Intention, TikTok Shop