

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMERS REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC DI TIKTOK SHOP

(Survei pada Mahasiswa Aktif UPN "Veteran" Yogyakarta)

ANNISA REYGITA ARDHANA

NIM. 141210266

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Yogyakarta

annisareygita@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel kualitas produk, *content marketing* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk Somethinc di TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan metode survei dengan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data, dengan jumlah responden sebanyak 110. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian produk Somethinc di TikTok Shop. Teknik analisis yang digunakan dengan regresi linear berganda melalui software SPSS 27. Hasil Penelitian menunjukan bahwa 1) kualitas produk, *content marketing* dan *online customer review* secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, *content marketing*, *online customer review*, keputusan pembelian

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMERS REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SOMETHINC DI TIKTOK SHOP**

(Survei pada Mahasiswa Aktif UPN "Veteran" Yogyakarta)

ANNISA REYGITA ARDHANA

NIM. 141210266

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Yogyakarta

annisareygita@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of product quality variables, content marketing and online customer reviews on purchasing decisions for Somethinc products at TikTok Shop. This study uses a quantitative approach that uses a survey method with a questionnaire as a data collection instrument, with a total of 110 respondents. The population in this study were active students of the National Development University "Veteran" Yogyakarta who had purchased Somethinc products at TikTok Shop. The analysis technique used with multiple linear regression through SPSS 27 software. The results showed that 1) product quality, content marketing and online customer reviews together have a significant effect on purchasing decisions, 2) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) content marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, 4) online customer reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *product quality, content marketing, online customer review, purchasing decisions*