

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN IKLAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION *BRAND* LOKAL ROUGHNECK PADA APLIKASI TIKTOK SHOP**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, dan iklan terhadap proses keputusan pembelian produk fashion merek lokal Roughneck pada aplikasi TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan sampel mahasiswa magister manajemen, khususnya dari Universitas Widyatama. Data dikumpulkan melalui survei dan dianalisis menggunakan SPSS dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Uji validitas dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian mengukur konsep yang dimaksud, sementara uji reliabilitas mengukur konsistensi instrumen. Uji asumsi klasik memastikan model regresi memenuhi syarat untuk analisis yang valid. Uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Kualitas produk ditemukan berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian, diikuti oleh harga dan iklan yang juga menunjukkan pengaruh positif. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu menjaga kualitas produk yang tinggi, menetapkan harga yang kompetitif, dan memanfaatkan strategi iklan yang efektif di platform seperti TikTok Shop untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam konteks merek fashion lokal di Indonesia.

Kata Kunci : Kualitas produk, harga, iklan dan keputusan pembelian

## ***ABSTRACT***

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND ADVERTISING ON THE PURCHASE DECISION PROCESS OF ROUGHNECK LOCAL FASHION BRAND PRODUCTS ON TIKTOK SHOP APPLICATION***

This study aims to examine the influence of product quality, price, and advertising on the purchase decision process of Roughneck local fashion brand products on the TikTok Shop application. The research uses a descriptive quantitative approach with a sample of master's management students, specifically from Universitas Widyatama. Data was collected through surveys and analyzed using SPSS, including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis testing. The validity test was conducted to ensure that the research instrument measures the intended concepts, while the reliability test measures the consistency of the instrument. The classical assumption test ensures that the regression model meets the requirements for valid analysis. Hypothesis testing using multiple linear regression shows that product quality, price, and advertising have a positive and significant effect on the purchase decision. Product quality was found to significantly influence the purchase decision process, followed by price and advertising, which also showed a positive effect. These findings suggest that companies need to maintain high product quality, set competitive prices, and utilize effective advertising strategies on platforms like TikTok Shop to attract and retain consumers. This study contributes to understanding the key factors influencing purchase decisions process in the context of local fashion brands in Indonesia.

Keywords: Product quality, price, advertising, and purchase decision.