

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION  
IN TIKTOK SHOP E-COMMERCE ON PURCHASE DECISIONS (Case  
Study in Economics Student of Darul 'Ulum Lamongan Islamic University)  
Khamidah Tul Laylik, Drs. H. Miftahul Huda, S.H., M.M, Bayu Sentosa, M.M,  
2023, Student of the Management Department of the Faculty of Economics,  
Darul Ulum Lamongan Islamic University***

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion partially and simultaneously. This study uses primary data with a questionnaire method. The population of this study were all students of the Faculty of Economics, Islamic University of Darul 'Ulum Lamongan. This study used a purposive sampling method with the slovin formula so that a sample of 93 respondents was obtained. The variables used in this research are product quality, price, and promotion as the independent variables and purchasing decisions as the dependent variable. To determine the effect of the independent variable on the dependent variable, multiple linear regression analysis was used using the IBM SPSS statistic 25. This study found that partially and simultaneously product quality, price, and promotion have a significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords : product quality, price, promotion, and purchasing decisions.***

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI DI E-COMMERCE TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus di Mahasiswa Ekonomi Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan) Khamidah Tul Laylik, Drs. H. Miftahul Huda, S.H., M.M, Bayu Sentosa, M.M, 2023, Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul Ulum Lamongan**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi universitas islam Darul ‘Ulum Lamongan. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan rumus slovin sehingga diperoleh sampel sejumlah 93 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, dan promosi sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan ibm spss statistic 25. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa secara parsial dan secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : kualitas produk, harga, promosi, dan keputusan pembelian.**