

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
PELANGGAN, DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI TIKTOK SHOP**

(Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas

Tridinanti)

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

SATRIO HERLAMBAANG NPM. 2101110097

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

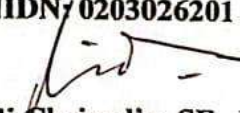
Nama : Satrio Herlambang
Nomor pokok/NPM : 2101110097
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN GRATIS
ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
APLIKASI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS
MAHASISWA ANGGKATAN 2021 PRODI FEB
UNIVERSITAS TRIDIANANTI)**

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 10-09-2021 Pembimbing I


: Amrillah Azrin, SE., MM
NIDN: 0203026201

Tanggal 10-09-2021 Pembimbing II


: Rudi Chairudin, SE., MP
NIDN: 0202026201

Mengetahui,



Dekan
Dr. Hj. Misy. Mikial., SE., M.Si., AK., CA., CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi


Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN: 0226028303

115/PS/DFEB/25

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

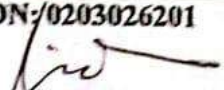
Nama : Satrio Herlambang
Nomor pokok/NPM : 2101110097
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,
KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN GRATIS
ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
APLIKASI TIKTOK SHOP (STUDI KASUS
MAHASISWA ANGGKATAN 2021 PRODI FEB
UNIVERSITAS TRIDIAN TI)**

Penguji Skripsi :

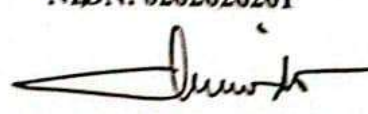
Tanggal 10-09-2021 Ketua Penguji


: Amrillah Azrin, SE., MM
NIDN: 0203026201

Tanggal 10-09-2021 Penguji I


: Rudi Chairudin, SE., MP
NIDN: 0202026201

Tanggal 10-09-2021 Penguji II


: Yunidar Erlina, SE., M.Si
NIDN: 0230066302

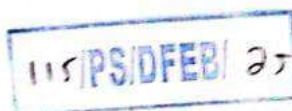
Mengesahkan :



Dr. Hj. Misy. Mikial, SE., M.Si., AK., CA., CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi


Dr. Yolanda Verbittha, SE., M.Si
NIDN: 0226028303



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Bila esok nanti kau sudah lebih baik, jangan lupakan masa-masa sulitmu. Ceritakan kembali pada dunia, caramu merubah peluh jadi senyuman.”

(Andmesh Kamaleng)

“Maaf atas perjalanan yang tidak sempurna namun percayalah, untukmu ku jual dunia. Segala hal kuupayakan untuk melindungi”

(Nina- Feast)

“Aku membahayakan nyawa ibuku untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”

skripsi ini di persembahkan untuk:

- ∞ Allah SWT yang telah memberikan jalan dan hidayahnya.
- ∞ Kedua Orang Tua, Ayahanda Heru Suyudi dan Ibunda Surya Ningsi yang telah memberikan kesempatan dan dukungan untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi, dan telah mendoakan saya dengan tulus, serta memberikan moral ataupun moril terhadap saya.

∞ Kepada orang spesialku yang selalu memberikan semangat dan doa,
serta selalu memberikan solusi dan inspirasi untuk ku.

∞ Kepada almamater kebanggaan.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Satrio Herlambang

NIM : 2101110097

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti)

Menyatakan bahwa skripsi Saya merupakan hasil karya Saya sendiri di damping tim pembimbing dan bebas dari segala bentuk plagiat. Apabila di kemudian hari ditemukan/terbukti adanya indikasi plagiat dalam karya ilmiah Saya ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Tridinanti sesuai hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 23 Juli 2025


Satrio Herlambang

RIWAYAT HIDUP

SATRIO HERLAMBAH, dilahirkan di Palembang pada tanggal 03 Agustus 2002, dari pasangan Bapak Heru Suyudi dan Ibu Surya Ningsi, saya anak tunggal

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2014 di SD Negeri 71 Palembang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2017 di SMP Negeri 31 Palembang kemudian Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2020 di SMA Negeri 9 Palembang dan selanjutnya pada tahun 2021 mulai memasuki

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridianti.

KATA PENGHANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti)”** yang disusun untuk memenuhi syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tridinanti Palembang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik yang bersifat membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Dalam pembuatan proposal ini, penulis banyak mendapatkan bantuan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si.AK,CA,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE,M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE,M.Si, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti.

4. Bapak Amrillah Azrin, SE., MM, selaku dosen Pembimbing Utama yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan Skripsi ini.
5. Bapak Rudi Chairudin, SE., MP, selaku dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan Skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
7. Kepada Kedua Orang Tua Tercinta (Bapak Heru Suyudi dan Ibu Surya Ningsi) yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan Skripsi ini.
8. Kepada orang spesialku Ayu Lestari terima kasih selalu memberikan kasih sayang, semangat dan doa terhadap saya.
9. Teman-Teman dekat saya yang sudah memberikan bantuan, semangat dan motivasi dalam penyusunan Skripsi ini.
10. Teman-Teman angkatan 2021 atas dorongan dan motivasi. Dan semua pihak yang telah membantu terselesainya Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan Skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, Juli 2025

Satrio Herlambang

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERTANYAAN BEBAS PLAGIAT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGHANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7

2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Kualitas Produk	7
2.1.2. Tujuan Kualitas Produk	8
2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	8
2.1.4. Indikator Kualitas Produk.....	8
2.1.5. Dimensi Kualitas Produk.....	9
2.2. Kepercayaan Pelanggan.....	11
2.2.1. Pengertian Kepercayaan Pelanggan.....	11
2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan	13
2.2.4. Indikator Kepercayaan Pelanggan	14
2.2.4. Dimensi Kepercayaan Pelanggan	14
2.3. Gratis Ongkir	15
2.3.1. Pengertian Gratis Ongkir	15
2.3.2. Indikator Gratis Ongkir	16
2.4. Keputusan Pembelian	18
2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
2.4.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	20
2.4.4. Dimensi Keputusan Pembelian.....	21

2.5. Penelitian Yang Relevan	23
2.6. Kerangka Berpikir	27
2.7. Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.1.1. Tempat penelitian	30
3.1.2. Waktu Penelitian	30
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.1. Sumber Data	31
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data	32
3.3. Populasi, Sample dan Sampling	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.3.3 Teknik Sampling	35
3.4 Rancangan Penelitian	35
3.5. Definisi Operasional Variabel	36
3.5.1. Definisi Operasional	36
3.6. Instrumen Penelitian	41
3.7 Uji Validitas.....	42

3.8 Uji Reliabilitas	43
3.9. Teknis Analisis Data.....	43
3.9.1. Uji Asumsi Klasik	43
3.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.9.3. Analisis Koefisien Korelasi (r)	45
3.9.4. Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	46
3.9.5. Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Sejarah Universitas Tridinanti	51
4.2 Karakteristik Responden	53
4.2.1 Klarifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2 Klarifikasi Responden Berdasarkan Usia	54
4.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
4.3.1 Hasil Uji Validitas	55
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
4.4 Uji Asumsi Klasik... ..	63
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	63
4.4.2 Uji Heteroskedestisitas	65
4.4.3 Uji Multikolinieritas	66
4.5 Uji Statistik... ..	67

4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	67
4.5.2 Uji Koefisien Korelasi	69
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	70
4.6 Uji Hipotesis Statistik.	71
4.6.1 Uji Secara Simultan (Uji F).....	71
4.6.2 Uji Secara Parsial (Uji T)	73
4.7 Pembahasan	78
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian.	78
4.7.2 Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.7.3 Pengaruh Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian	79
4.8 Secara Simultan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.	84

ABSTRAK

SATRIO HERLAMBAH, Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridianti).

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumsi, salah satunya melalui platform belanja daring TikTok Shop yang menggabungkan hiburan dan transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kepercayaan pelanggan, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada pengguna TikTok Shop, dengan studi kasus mahasiswa FEB Universitas Tridianti angkatan 2021.

Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji simultan (F) dan uji parsial (t) dengan menggunakan SPSS 26.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS Versi 26 pada uji F diperoleh F hitung sebesar $(0,000 < 0,1)$ diketahui bahwa Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, dan Gratis Ongkir secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridianti). Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai signifikan sebesar $0,044 > 0,1$, Kepercayaan Pelanggan (X_2) berpengaruh dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,1$ dan Gratis Ongkir (X_3) berpengaruh dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,1$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,825 ini berarti berkontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 82,5% sedangkan sisanya sebesar 17,5% dipengaruhi variabel lain diluar model.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

SATRIO HERLAMBAANG, *The Influence of Product Quality, Customer Trust, and Free Shipping on Purchase Decisions in the TikTok Shop Application (Case Study of 2021 Batch Students of FEB Universitas Tridianti)*..

The development of digital technology has driven significant changes in consumer behavior, one of which is through the TikTok Shop platform that integrates entertainment and online shopping. This study aims to analyze the influence of product quality, customer trust, and free shipping on purchase decisions among TikTok Shop users, with a case study of FEB Universitas Tridianti students from the 2021 batch.

This research employs multiple linear regression analysis. The analytical techniques used include multiple linear regression, classical assumption tests, coefficient of determination, simultaneous test (F-test), and partial test (t-test) using SPSS 26.

Based on data processing with SPSS Version 26, the F-test results ($0.000 < 0.1$) indicate that product quality, customer trust, and free shipping collectively have a positive and significant effect on purchase decisions in the TikTok Shop application (case study of 2021 batch students of FEB Universitas Tridianti). The t-test results show that product quality (X1) does not significantly influence purchase decisions with a significance value of $0.044 > 0.1$, while customer trust (X2) significantly influences purchase decisions with a significance value of $0.000 < 0.1$, and free shipping (X3) also significantly influences purchase decisions with a significance value of $0.000 < 0.1$. The Adjusted R Square value of 0.825 means that the independent variables contribute 82.5% to the dependent variable (purchase decisions), while the remaining 17.5% is influenced by other variables outside the model.

Keywords: *Product Quality, Customer Trust, Free Shipping, Purchase Decision*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara signifikan. Salah satu bentuk perubahan yang mencolok adalah meningkatnya aktivitas belanja online melalui platform media sosial.

TikTok Shop sebagai fitur e-commerce dari aplikasi TikTok menjadi fenomena baru dalam dunia perdagangan digital. Dengan menggabungkan konten hiburan dan aktivitas belanja, TikTok Shop menciptakan pengalaman konsumen yang unik dan mendorong keputusan pembelian secara impulsif maupun terencana.

Dalam konteks ini, terdapat beberapa faktor penting yang diyakini memengaruhi keputusan pembelian konsumen di TikTok Shop, yaitu **kualitas produk, kepercayaan pelanggan, dan gratis ongkir**. Ketiga faktor ini memainkan peran strategis dalam menentukan apakah seseorang akan melanjutkan transaksi atau tidak di platform tersebut.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Produk yang berkualitas tinggi cenderung memiliki daya tarik lebih dan meningkatkan

persepsi positif terhadap merek atau penjual. Di TikTok Shop, konsumen umumnya hanya melihat produk melalui video atau siaran langsung (live streaming), sehingga persepsi terhadap kualitas produk sangat dipengaruhi oleh tampilan visual dan ulasan dari pengguna lain. Ketika konsumen merasa produk sesuai dengan ekspektasi dan deskripsi yang ditampilkan, mereka cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain.

2. Kepercayaan Pelanggan

Kepercayaan merupakan landasan penting dalam transaksi daring, termasuk di TikTok Shop. Dalam kondisi di mana konsumen tidak bisa memeriksa langsung barang yang dibeli, kepercayaan terhadap penjual, sistem pembayaran, dan kualitas produk menjadi sangat krusial.

Kepercayaan ini dapat dibangun melalui rating toko, testimoni pelanggan, jaminan pengembalian barang, serta kredibilitas influencer atau content creator yang mempromosikan produk tersebut. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform dan penjual, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengambil keputusan membeli.

3. Gratis Ongkir

Gratis ongkir telah menjadi strategi pemasaran yang sangat efektif dalam meningkatkan daya tarik pembelian, khususnya di platform e-

commerce seperti TikTok Shop. Ongkos kirim yang tinggi seringkali menjadi penghalang bagi konsumen untuk menyelesaikan transaksi. Oleh karena itu, kebijakan bebas ongkir menjadi insentif kuat yang mendorong konsumen untuk membeli, bahkan dalam jumlah yang lebih besar. Selain menurunkan beban biaya tambahan, gratis ongkir juga memberikan kesan bahwa pembeli mendapatkan "nilai lebih" dari transaksinya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana **pengaruh kualitas produk, kepercayaan pelanggan, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian di aplikasi TikTok Shop**. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pelaku bisnis online dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif, serta bagi pengembang platform dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti)”

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok

Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti) ?

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti) ?
3. Apakah Kepercayaan Pelanggan secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti) ?
4. Apakah Gratis ongkir berpengaruh secara parsial terhadap keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan :

1. Apakah Apakah Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti) ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridinanti) ?

3. Apakah Kepercayaan Pelanggan secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridianti) ?
4. Apakah Gratis ongkir berpengaruh secara parsial terhadap keputusan Pembelian Di Aplikasi Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2021 Prodi FEB Universitas Tridianti) ?

1.4 Manfaat penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas. Penelitian ini juga merupakan syarat peneliti untuk menyelesaikan program S1 Manajemen Universitas Tridianti Palembang.

2. Bagi Perusahaan

Penulis mengharapakan bahwa penelitian ini dapat memberikan masukan dan gambaran pada perusahaan atas hasil yang diperoleh selama penelitian khususnya dalam bidang Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan dan Gratis Ongkir Selain itu dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan dan acuan dalam menetapkan strategi pemasaran produk.

3. Bagi Civitas Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi dalam mengembangkan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran yang berhubungan dengan Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan dan Gratis Ongkir Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2019). Persepsi mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang terhadap penggunaan aplikasi TikTok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 7(2).
- Nurintan, R. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan media sosial TikTok terhadap minat beli di marketplace Shopee (Studi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat angkatan 2018-2021) [Skripsi, Universitas Sulawesi Barat].
- Setyadi, H. A., et al. (2023). TikTok Shop untuk meningkatkan penjualan produk UMKM Witpari Karanganyar. *Abditeknika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1–8.
- Danarasmu, N. K. T. A., Karmana, I. W., & Jaya, I. (2023). Pengaruh persepsi risiko, kepercayaan konsumen, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian online pada TikTok Shop [Skripsi, Politeknik Negeri Bali].
- Hakim, A. F., Rachma, N., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh gratis ongkos kirim, diskon dan online customer review terhadap keputusan pembelian konsumen TikTok Shop (Studi pada mahasiswa FEB angkatan 2019 Universitas Islam). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(2).

- Al Fian, J., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Karim, R., Wolok, T., & Radji, D. L. (2020). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 88–99.
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26–33.
- Abi, Y. I. (2020). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada KFC di Kota Bengkulu. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 95–107.
- Istikomah, N., & Hartono, B. (2022). Analisis persepsi promosi gratis ongkos kirim (ongkir) Shopee terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), 49–57.
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh promosi diskon dan gratis ongkir Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482–491.
- Novaldy, T., & Mahpudin, A. (2021). Penerapan aplikasi dengan menggunakan barcode dan aplikasi untuk laporan presensi kepada orang tua. *ICT Learning*, 5(1).

- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis siaran iklan dan gratis ongkos kirim sebagai tipu muslihat di YouTube terhadap minat beli konsumen (Studi pada e-commerce Shopee Universitas Telkom). *EProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Sari, A. J., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian konsumen. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 308–327.
- ndartini, M., & Mutmainah. (2024). Analisis data kuantitatif: Uji instrumen, uji asumsi klasik, uji korelasi dan regresi linier berganda (Cet. 1). Penerbit Lakeisha. ISBN: 978-623-119-036-9
- Nuryadi, S.Pd.Si., Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). Dasar-dasar statistik penelitian (Cet. 1). SIBUKU MEDIA. ISBN: 978- 602-6558-04-6
- Yuliara, I. M. (2016). Modul regresi linier berganda. Jurusan Fisika, Fakultas MIPA, Universitas Udayana
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. ISBN: 978-623-5722-91-7

- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). Experiential marketing & kualitas produk dalam kepuasan pelanggan generasi milenial (Cet. 1). Penerbit Insania. ISBN: 978-623-97994-7-2
- Daga, R. (2017). Citra, kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Global Research and Consulting Institute (Global-RCI). ISBN: 978-602-5920-17-2
- Lukman, N., Hakim, I., Riana, R., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, Aman, & Herman, H. (2022). Manajemen pemasaran (H. Herman, Ed.). Strategy Cita Semesta. ISBN: 978-623-88061-1-9