

ABSTRAK

ITA PUSPITASARI. 2025. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Konten Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar)*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Rulianty dan Syarthini Indrayani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan konten marketing terhadap keputusan pembelian pada *Marketplace Tiktok* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 140 responden yang dipilih menggunakan rumus Malhotra. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, begitupun variabel konten marketing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada *marketplace Tiktok*. Dengan meningkatkan kualitas produk dan kreativitas dalam mengelola serta membuat *konten marketing* yang menarik dan relevan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen serta memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Konten Marketing, Keputusan Pembelian