

ABSTRAK

RIRIS ODE ANTEA. 2026. Pengaruh kemudahan Penggunaan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop. Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Asri Jaya dan Nurlina

Tujuan Penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di tiktok shop. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi SPSS versi 26 mengenai pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop yang telah di bahas di bab empat, maka penulis menarik kesimpulan penting yaitu kemudahan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Kemudahan Penggunaan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian*

