

***THE INFLUENCE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA, SERVICE QUALITY,
AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS FOR TIKET.COM
USERS***

By Yorlin Monica

Abstract

This research is a quantitative study conducted with the aim of providing deeper insight into the factors that influence purchasing decisions and providing strategic recommendations for companies in improving marketing performance. This research involved 100 respondents who are Tiket.com users in the South Jakarta area. The sample selection was carried out using purposive sampling method. Data processing was carried out using SmartPLS 4.0 by applying SEM-PLS analysis techniques, with a significance level of 0.05. The results obtained from the test show that (1) TikTok Social Media has a significant influence on Purchasing Decisions, (2) Service Quality also has a significant effect on Purchasing Decisions, and (3) Brand Image has a significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords: *TikTok Social Media, Service Quality, Brand Image, and Purchasing Decisions.*

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK, KUALITAS LAYANAN, DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PENGGUNA TIKET.COM**

Oleh Yorlin Monica

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan tujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian serta memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengguna Tiket.com di wilayah Jakarta Selatan. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Pengolahan data dilakukan menggunakan SmartPLS 4.0 dengan menerapkan teknik analisis SEM-PLS, dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil yang diperoleh dari pengujian menunjukkan bahwa (1) Media Sosial TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (2) Kualitas Layanan juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan (3) Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Media Sosial TikTok, Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian