

ABSTRAK

Silvy Agustina, 3402220165. “Pengaruh *Soft Selling* Terhadap Keputusan Pembelian Di TikTok Shop (Suatu Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022)”. Dibawah bimbingan Dr. Apri Budianto, Drs., M.M. (Pembimbing I) dan Dr. Andini Grace Tinia, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Urgensi penelitian ini didasarkan pada pesatnya perkembangan TikTok Shop sebagai platform *social commerce* yang mengubah perilaku konsumen dalam berbelanja secara *online*. Di tengah persaingan pemasaran digital, strategi *soft selling* menjadi pendekatan yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen melalui konten yang informatif, edukatif, dan persuasif. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022 sebagai bagian dari Generasi Z merupakan pengguna aktif TikTok, sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh *soft selling* terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. *Soft Selling* di TikTok Shop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022; 2]. Keputusan Pembelian di TikTok Shop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022; 3]. Pengaruh *Soft Selling* terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022. Metode yang digunakan yaitu metode survey dengan pendekatan kuantitatif yang dijelaskan secara deskriptif dan asosiatif. Populasinya yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022 sebanyak 146 orang. Teknik sampling berupa *Sample Random Sampling* dengan jumlah sampelnya sebanyak 60 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Koefisien Korelasi Product Moment, Koefisien Determinasi, Regresi Linier Sederhana, dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1]. *Soft Selling* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022 sudah sangat tinggi; 2]. Keputusan Pembelian di Tiktok Shop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022 tergolong tinggi; 3]. *Soft Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022

Kata Kunci : *Soft Selling, Keputusan Pembelian, TikTok Shop*