

ABSTRAK

Rahmad Saputra. 2023. "Pemanfaatan Platform Digital Shopee Pada Tiktok Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee (Studi Kasus Komunitas Sepak Bola Didesa Srigading Lampung Timur)". Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si. Pembimbing (II) Fitriani, S.E., M.M.

Kemajuan teknologi informasi yang pesat saat ini telah membuat perubahan yang begitu cepat. Seiring dengan kemajuan dalam berbisnis, teknologi internet yang dapat menjangkau para konsumen, membuat kesempatan baru untuk berinteraksi dan bertransaksi. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui apakah pemanfaatan platform digital tiktok dan brand awareness berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee. Adapun pada penelitian kali ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah anggota komunitas sepak bola desa srigading lampung timur dengan jumlah 41 responden. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasinya yang ada pada komunitas sepak bola desa srigading lampung timur yaitu sebanyak 41 orang responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan wawancara dan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas, analisis regresi linear berganda dan Uji Parsial (Uji T) dan Uji secara simultan (Uji F) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.0. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Platform Digital Shopee Pada Tiktok Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee pada Komunitas Sepak Bola Didesa Srigading Lampung Timur.

Kata Kunci : Platform Digital Tiktok, Brand Awareness, Keputusan Pembelian