

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian gen Z di Kota Jambi pada aplikasi Tiktok Shop, untuk mengetahui apakah sistem cod berpengaruh terhadap keputusan pembelian gen Z di Kota Jambi pada aplikasi Tiktok Shop, untuk mengetahui apakah promo gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembelian gen Z di Kota Jambi pada aplikasi Tiktok Shop, untuk mengetahui apakah iklan, sistem cod dan promosi gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembelian gen Z di Kota Jambi pada aplikasi Tiktok Shop dan untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap praktik jual beli melalui aplikasi Tiktok Shop. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah gen Z di kota Jambi, pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin* dengan sampel yang berjumlah 100 responden. Data penelitian ini diolah melalui kuesioner. Selanjutnya, data penelitian ini diolah dengan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji dominan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel Iklan (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) gen Z di Kota Jambi pada aplikasi Tiktok Shop, variabel Sistem COD (X_2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) gen Z di Kota Jambi pada aplikasi Tiktok Shop, variabel Promo Gratis Ongkir (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) gen Z di Kota Jambi pada aplikasi Tiktok Shop. Praktik jual beli dengan menggunakan aplikasi Tiktok Shop ini merupakan jual beli yang di perbolehkan dengan memastikan transaksi memenuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Kata Kunci: Iklan, Sistem COD, Promo Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether advertising influences the purchasing decisions of Gen Z in Jambi City on the Tiktok Shop application, to find out whether the COD system influences the purchasing decisions of Gen Z in Jambi City on the Tiktok Shop application, to find out whether the free shipping promo influence the purchasing decisions of Gen Z in Jambi City on the Tiktok Shop application, to find out whether advertising, the COD system and free shipping promotions influence the purchasing decisions of Gen Z in Jambi City on the Tiktok Shop application and to find out how Islamic economics views the practice of buying and selling through TikTok Shop application. The research method used is quantitative. The population in this study was Gen Z in the city of Jambi, sampling used the Slovin formula with a sample of 100 respondents. This research data was processed through a questionnaire. Furthermore, this research data was processed using multiple linear regression analysis, t test, F test, coefficient of determination test (R^2) and dominance test. The results of the research show that the Advertising variable (X_1) has an influence on Gen Z's Purchasing Decision (Y) in Jambi City on the Tiktok Shop application, the COD System variable (X_2) has no influence on Gen Z's Purchasing Decision (Y) in Jambi City on the Tiktok Shop application, the Free Shipping Promo variable (X_3) influences Gen Z's Purchasing Decisions (Y) in Jambi City on the Tiktok Shop application. The practice of buying and selling using the Tiktok Shop application is buying and selling which is permitted by ensuring transactions comply with Islamic economic principles.

Keywords: *Advertising, COD System, Free Shipping Promo, Purchase Decision*