

ABSTRAK

Siska Berliana Kurniati, Pengaruh Diskon, Gratis Ongkir, dan Flash Sale Pada Saat Live Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. Dibawah bimbingan Miftahul Jannah SE., M.Sc. Program Studi S1 Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon, gratis ongkir dan flash sale pada saat live shopee terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dengan sampel 97 responden. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 25.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, gratis ongkir berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan flash sale berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji simultan, menunjukkan bahwa diskon, gratis ongkir, dan flash sale berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa factor yang dapat lebih diperhatikan lagi bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain: jumlah responden yang hanya 97 orang masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya, objek penelitian hanya fokus pada e-commerce shopee yang mana hanya satu dari banyak e-commerce lainnya.

Kata Kunci: Diskon, Gratis Ongkir, Flash sale, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Siska Berliana Kurniati, The Influence of Discounts, Free Shipping, and Flash Sales During Shopee Live on Purchasing Decisions. Under the guidance of Miftahul Jannah SE., M.Sc. Bachelor of Management Study Program, Trunojoyo University, Madura.

This research aims to determine the effect of discounts, free shipping and flash sales during live shopee on purchasing decisions. The research method uses quantitative methods. The data used are primary and secondary data. Data was obtained by distributing questionnaires to a sample of 97 respondents. This research uses a purposive sampling method and the analytical tool used is multiple linear regression with the help of the SPSS 25 program.

Partial test results show that discounts have no significant effect on purchasing decisions, free shipping has a significant effect on purchasing decisions and flash sales have a significant effect on purchasing decisions. Simultaneous tests show that discounts, free shipping and flash sales have a significant effect on purchasing decisions. This research has several limitations that are experienced and can be several factors that future researchers can pay more attention to in further perfecting their research because this research itself certainly has shortcomings that need to continue to be improved. Several limitations in this research include: the number of respondents, which was only 97 people, is still insufficient to describe the real situation, the research object only focuses on Shopee e-commerce, which is only one of many other e-commerce.

Keywords: Discount, Free Shipping, Flash sale, Purchase Decision