

ABSTRAK

Perkembangan pada elektronik bisnis terjadi semakin pesat khususnya pada tempat berbelanja *online* yang kini menghadirkan berbagai inovatif dan pilihan untuk melakukan pembelian secara *online* yang disediakan untuk masyarakat, salah satunya adalah Tiktok *Shop*. Aplikasi Tiktok mulanya hanya aplikasi jejaring hiburan sosial media, namun seiring berjalanya waktu aplikasi tersebut menambahkan fitur belanja *online* termasuk layanan gratis ongkir, *live* penjualan, diskon dan *flash sale* sehingga mendorong mahasiswa dalam melakukan pembelian melalui Tiktok *Shop*. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gratis ongkir, *live* penjualan, diskon dan *flash sale* pada mahasiswa Universitas Amikom Purwokerto. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan *software* SPSS 26. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa gratis ongkir dan diskon tidak berpengaruh pada keputusan pembelian di Tiktok *Shop*, *live* penjualan dan *flash sale* berpengaruh pada keputusan pembelian di Tiktok *Shop*. Gratis ongkir, *live* penjualan, diskon dan *flash sale* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Tiktok *Shop*.

Kata kunci: gratis ongkir, *live* penjualan, diskon, *flash sale*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The development of electronic business is happening increasingly rapidly, especially in online shopping places which now present various innovations and options for making online purchases that are provided to the public, one of which is the Tiktok Shop. The Tiktok application was initially just a social media entertainment networking application, but over time the application added online shopping features including free shipping services, live sales, discounts and flash sales, thereby encouraging students to make purchases through the Tiktok Shop. Therefore, this research aims to determine the effect of free shipping, direct sales, discounts and flash sales on students at Amikom University, Purwokerto. The sampling method in this research was purposive sampling. The method used in this research is a quantitative method using SPSS 26 software. The data analysis techniques used in this research are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, t test, f test and test coefficient of determination (R²). The results of this study show that free shipping and discounts do not influence purchasing decisions at the Tiktok Shop, direct sales and flash sales influence purchasing decisions at the Tiktok Shop. Free shipping, live sales, discounts and flash sales simultaneously influence purchasing decisions at the Tiktok Shop.

Keywords: free shipping, direct sales, discounts, flash sales, purchasing decision