

ABSTRAK

Syahilda Adistriani Dewi, NIM 3402190424. Pengaruh *Flash Sale* dan *Tagline* “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Angkatan 2019). Dibawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing 1) dan Wiwin Setianingsih., S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *flash sale* dan *Tagline* “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Angkatan 2019). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : (1) Bagaimana pengaruh *flash sale* terhadap keputusan pembelian shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2019. (2) Bagaimana pengaruh *tagline* “gratis ongkir” terhadap keputusan pembelian shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2019. (3) Bagaimana pengaruh *flash sale* dan *tagline* “gratis ongkir” terhadap keputusan pembelian shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2019. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui. (1) Bagaimana pengaruh *flash sale* terhadap terhadap keputusan pembelian shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2019. (2) Bagaimana pengaruh *tagline* “gratis ongkir” terhadap terhadap keputusan pembelian shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2019. (3) Bagaimana pengaruh *flash sale* dan *tagline* “gratis ongkir” terhadap terhadap keputusan pembelian shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif dan analisis verikatif meliputi analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan regresi berganda, uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flash sale* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *tagline* “gratis ongkir” berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian, *flash sale* dan *tagline* “gratis ongkir” berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2019.

Kata Kunci : *Flash sale*, *Tagline* Gratis Ongkir, Keputusan pembelian