

ABSTRAK

Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkir, *Live Streaming* Terhadap *Impulsive Buying* Pengguna *E-Commerce* Shopee

Lailatul Izzah

Fakultas Ekonomi Universitas Darul Ulum

Izzahlaila41@gmail.com

Dosem pembimbing:

1. Machin, SE., M.Si
2. Dr. Henny Dwijayani, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon harga, gratis ongkir, *live streaming* terhadap *impulsive buying* pengguna *e-commerce* shopee. Pengaruh yang ingin diketahui adalah pengaruh secara langsung. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang menjelaskan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui data numerik dan analisis statistik. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 95 responden. Sedangkan, untuk pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling. Adapun alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS Versi.21 untuk mengukur pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial diskon harga berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Sementara itu variabel gratis ongkir dan *live streaming* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *impulsive buying*. Namun, secara simultan diskon harga, gratis ongkir, *live streaming* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *impulsive buying*. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa diskon harga merupakan strategi yang efektif untuk mendorong *impulsive buying* di platform shopee. Meskipun gratis ongkir dan *live streaming* tidak berpengaruh secara langsung, ketiganya secara bersama-sama dapat meningkatkan *impulsive buying*.

Kata kunci: diskon harga, gratis ongkir, *live streaming*, *impulsive buying*.

ABSTRACT

The Effect Of Price Discounts, Free Shipping, Live Streaming On The Impulsive Buying Of Shopee E-Commerce Users

Lailatul Izzah

Faculty of Economics, Darul Ulum University

Izzahlaila41@gmail.com

Supervisor:

1. Machin, SE., M.Si
2. Dr. Henny Dwijayani, SE., M.Si

This research aims to determine the effect of price discounts, free shipping, live streaming on the impulsive buying of Shopee e-commerce users. The influence you want to know is the direct influence. This type of research is a quantitative type that explains the relationship between independent variables and dependent variables through numerical data and statistical analysis. This research used a sample of 95 respondents. Meanwhile, sampling used random sampling techniques. The test tool used in this research is statistical analysis of multiple linear regression tests using SPSS Version.21 to measure the influence of the independent variable on the dependent variable. Meanwhile, the results of this research show that partial price discounts have a significant effect on impulsive buying. Meanwhile, the free shipping and live streaming variables partially do not have a significant effect on impulsive buying. However, simultaneously price discounts, free shipping, live streaming have a significant influence on impulsive buying. This research has the implication that price discounts are an effective strategy to encourage impulse buying on the Shopee platform. Even though free shipping and live streaming do not have a direct effect, all three together can increase impulse buying.

Keywords: price discounts, free shipping, live streaming, impulsive buying.