

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Flash Sale*, Gratis Ongkir, dan Shopee *Live* terhadap keputusan pembelian produk fashion merek Jiniso di platform Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 114 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Hair, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Flash Sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,797 > t$ tabel $1,658$. Variabel Gratis Ongkir juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $24,339 > t$ tabel $1,658$. Selanjutnya, variabel Shopee *Live* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $18,375 > t$ tabel $1,658$. Nilai R Square sebesar $0,971$ menunjukkan bahwa variabel *Flash Sale*, Gratis Ongkir, dan Shopee *Live* mampu menjelaskan variasi keputusan pembelian sebesar $97,1\%$, sedangkan sisanya sebesar $2,9\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : *flash sale*, gratis ongkir, shopee *live*, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Flash Sale, Free Shipping, and Shopee Live on purchasing decisions for Jiniso fashion products on the Shopee platform among students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. This research employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 114 respondents. The sampling technique used was the Hair formula, while the data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 27. The results of the study indicate that, partially, the Flash Sale variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a significance value of $0.001 < 0.05$ and a t -value of $7.797 > t\text{-table of } 1.658$. The Free Shipping variable also has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a significance value of $0.001 < 0.05$ and a t -value of $24.339 > t\text{-table of } 1.658$. Furthermore, the Shopee Live variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a significance value of $0.001 < 0.05$ and a t -value of $18.375 > t\text{-table of } 1.658$. The R Square value of 0.971 indicates that the Flash Sale, Free Shipping, and Shopee Live variables are able to explain 97.1% of the variation in purchasing decisions, while the remaining 2.9% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Flash Sale, Free Shipping, Shopee Live, Purchasing Decisions