

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Tagline Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Di Lingkungan Desa Blang Pulo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *tagline* gratis ongkir Shopee terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa/i di Lingkungan Desa Blang Pulo Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe. Jenis penelitian ini menggunakan metode survey, dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Dalam penentuan sampel menggunakan metode *Random sampling*. Adapun yang menjadi responden berjumlah 97 orang dengan menggunakan *google form* sebagai bantuan dalam mengumpulkan data melalui kuisisioner. Untuk pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26.0 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima $0,817 > 0,168$, artinya terdapat pengaruh tagline Shopee terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa di lingkungan desa Blang Pulo. Hasil dari kontribusi tagline Shopee terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa sebesar 66,7% atau 0,667 dimana termasuk dalam kategori “Kuat”.

Kata Kunci: Tagline, Keputusan Pembelian, Gratis Ongkir.

ABSTRACT

This study is entitled The Effect of Shopee's Free Shipping Tagline on Purchasing Decisions in Students in the Blang Pulo Village Environment. The purpose of this study was to determine how much influence Shopee's free shipping tagline has on purchasing decisions for students in the Blang Pulo Village Environment, Muara Satu District, Lhokseumawe City. This type of research uses a survey method, using a questionnaire as the data collection instrument. In determining the sample using the Random sampling method. The respondents totaled 97 people using google form as an aid in collecting data through questionnaires. For data processing using the SPSS version 26.0 for windows program. The results of this study indicate that H_0 is rejected and H_1 is accepted $0.817 > 0.168$, meaning that there is an influence of Shopee's tagline on purchasing decisions for students in the Blang Pulo village environment. The results of the contribution of the Shopee tagline to purchasing decisions in students amounted to 66.7% or 0.667 which is included in the "Strong" category.

Keywords: *Tagline, Purchase Decision, Free Shipping.*