

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Diskon Harga, Gratis Ongkos Kirim dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa S1 Manajemen Unidha. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dan metode pengumpulan data menggunakan Angket. Sampel dalam penelitian ini adalah 205 Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Dharma Andalas. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa (1) diskon harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) gratis ongkos kirim memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) *live streaming* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) dan diskon harga, gratis ongkos kirim dan *live streaming* secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, besar pengaruh diskon harga, gratis ongkos kirim dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian sebesar 53,6% sedangkan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh factor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: diskon harga, gratis ongkos kirim, *live streaming*, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of price discounts, free shipping and live streaming on purchasing decisions in the Shopee application among Unidha Management undergraduate students. This type of research is quantitative research and the data collection method uses a questionnaire. The sample in this research was 205 Bachelor of Management students from Dharma Andalas University. The results of the research show that (1) price discounts have a positive and significant influence on purchasing decisions, (2) free shipping has a positive and significant influence on purchasing decisions, (3) live streaming has a positive and significant influence on purchasing decisions, (4)) and price discounts, free shipping and live streaming simultaneously have a positive and significant influence on purchasing decisions, the big influence of price discounts, free shipping and live streaming on purchasing decisions is 53.6% while the remaining 46.4% is influenced by other factors which was not examined in this study.

Keywords: *price discounts, free shipping, live streaming, and purchasing decisions*