

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of discounts and free shipping on purchasing decisions. The population used in this research is undergraduate management and tourism undergraduate majors, economics and business faculty, Dharma Andalas University. This research used 109 respondents, using the Roasoft formula as a sampling technique. Hypothesis testing in this research uses statistical analysis consisting of validity test, reliability test, classic assumption test, t test, F test (hypothesis test) and multiple determination coefficient (R<sup>2</sup>) using SPSS (Statistics Product and Service Solution) software version 25. Research data comes from primary data and is taken by distributing questionnaires. The results of this research show that discounts have a significant influence on purchasing decisions, while free shipping has a significant influence on purchasing decisions. Simultaneously, all variables, namely Discounts and Free Shipping, have a significant influence on Student Purchasing Decisions (S1 Management and S1 Tourism Studies, Faculty of Economics and Business, Dharma Andalas University).*

**Keywords: Discounts, Free Shipping, and Purchase Decisions**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Diskon dan Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni jurusan S1 manajemen dan S1 parawisata fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Dharma Andalas. Penelitian ini menggunakan sebanyak 109 responden, dengan menggunakan rumus roasoft sebagai teknik pengambilan sampelnya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji F (uji hipotesis) dan koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) dengan menggunakan software SPSS (Statistic Product and Service Solution) versi 25. Data penelitian bersumber dari data primer dan diambil dengan cara menyebar kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Diskon memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sementara Gratis Ongkir memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, semua variabel yakni Diskon dan Gratis Ongkir memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa (Studi S1 Manajemen dan S1 Parawisata Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Dharma Andalas).

**Kata Kunci: Diskon, Gratis Ongkir, dan Keputusan Pembelian**