

ABSTRAK

PENGARUH *FLASH SALE*, PEMBAYARAN *CASH ON DELIVERY (COD)*, DAN GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *TIKTOK SHOP*

(Survei Pada Konsumen Pengguna Tiktok Shop di Kota Yogyakarta)

SELLA ANJELITA DIAH CAHYANI

NIM. 141210327

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Sellaanjelita02@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *flash sale*, *cash on delivery* (COD), dan gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian konsumen di TikTok Shop. Data yang diambil dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan skala pengukuran menggunakan skala likert. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen *e-commerce* Tiktok Shop yang berada di Kota Yogyakarta meliputi konsumen yang pernah melakukan pembelian di Tiktok Shop berjumlah 110 responden. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh signifikan *flash sale* terhadap keputusan pembelian, *cash on delivery* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, gratis ongkos kirim berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *flash sale*, *cash on delivery*, dan gratis ongkos kirim bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi promosi yang tepat, terutama yang berorientasi pada kemudahan dan insentif, dalam meningkatkan minat beli konsumen di platform *e-commerce* berbasis media sosial seperti Tiktok Shop.

Kata Kunci : *Flash Sale*, *Cash On Delivery*, Gratis Ongkos Kirim, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF FLASH SALE, CASH ON DELIVERY (COD) PAYMENT, AND FREE SHIPPING ON PURCHASE DECISIONS IN TIKTOK SHOP

(Survey on Consumers Using Tiktok Shop in Yogyakarta City)

SELLA ANJELITA DIAH CAHYANI

NIM. 141210327

*Management Study Program Students Faculty of
Economics and Business UPN “Veteran” Yogyakarta*

Sellaanjelita02@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine and analyse the effect of flash sales, cash on delivery (COD), and free shipping on TikTok Shop consumer purchasing decisions. The data taken in this study used a quantitative approach with a questionnaire method. The type of data used is primary data and the measurement scale uses a Likert scale. Respondents in this study are Tiktok Shop e-commerce consumers in Yogyakarta City, including consumers who have made purchases at Tiktok Shop, totalling 110 respondents. The analysis method of this study uses multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 25 application. The results of this study are that there is a significant effect of flash sales on purchasing decisions, cash on delivery has a significant effect on purchasing decisions, free shipping has a significant effect on purchasing decisions, and flash sales, cash on delivery, and free shipping together have a significant effect on purchasing decisions. These findings confirm the importance of appropriate promotional strategies, especially those oriented towards convenience and incentives, in increasing consumer purchase intention on social media-based e-commerce platforms such as TikTok Shop.

Keywords : *Flash Sale, Cash On Delivery, Free Shipping, Purchase Decision.*