

ABSTRAK

PENGARUH GRATIS ONGKIR, *FLASH SALE*, DAN KUALITAS PRODUK PADA E-COMMERCE TOKOPEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FKIP JURUSAN PIPS UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

Imroatul Mufidah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, khususnya di kalangan mahasiswa yang semakin terbiasa melakukan transaksi secara daring. Tokopedia, sebagai salah satu *platform e-commerce* terkemuka, menawarkan berbagai strategi pemasaran seperti gratis ongkir, *flash sale*, dan peningkatan kualitas produk untuk menarik minat konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gratis ongkir, *flash sale*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mahasiswa FKIP Jurusan PIPS Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel berjumlah 114 responden dipilih melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, dan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan *software* SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, variabel gratis ongkir memberikan pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Temuan ini mencerminkan bahwa mahasiswa sangat mempertimbangkan efisiensi biaya, khususnya terkait ongkos kirim, dalam menentukan keputusan pembelian *online*. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku *e-commerce* untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, serta bagi mahasiswa agar dapat menjadi konsumen yang cerdas dan selektif dalam berbelanja secara daring.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Gratis Ongkir, *Flash sale*, Kualitas Produk

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FREE SHIPPING, FLASH SALES, AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS OF FKIP PIPS STUDENTS AT UNIVERSITAS LAMPUNG IN TOKOPEDIA E-COMMERCE

By

IMROATUL MUFIDAH

The rapid growth of e-commerce in Indonesia has significantly influenced consumer behavior, particularly among university students who are increasingly accustomed to online transactions. Tokopedia, as one of the leading e-commerce platforms, offers various marketing strategies such as free shipping, flash sales, and product quality improvements to attract buyers. This study aims to analyze the effect of free shipping, flash sales, and product quality on the purchasing decisions of students from the Faculty of Teacher Training and Education (FKIP), Social Sciences Education Department (PIPS), at the University of Lampung. The research employed a quantitative approach using a survey method. A total of 114 respondents were selected through purposive sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software. The results show that all three independent variables significantly influence purchasing decisions simultaneously. Partially, free shipping has the most dominant effect compared to the other variables. These findings indicate that students tend to prioritize cost efficiency, especially regarding shipping fees, when making online purchases. The implications of this study are expected to provide valuable insights for e-commerce platforms in optimizing their marketing strategies, and to encourage students to be more rational and selective when shopping online.

Keywords : *Purchasing Decisions, Free Shipping, Flash sale, Product Quality*