

Judul penelitian : **Pengaruh *Flash Sale* Dan *Tagline* Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Kota Kediri**

Dosen : Dr.Edwin Agus

Pembimbing : Buniarto,S.E.,M.M

: Nurali Agus Najibul

Z,.S,.sos,.M.M

Nama Mahasiswa : Rizky Wulan Dari

NPM : 20.13021.0016

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh Flash sale dan Tagline gratis ongkir terhadap Keputusan pembelian pada pengguna shopee di kota Kediri secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan populasi yang diteliti adalah Masyarakat kota kediri yang menggunakan aplikasi shopee. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden dan metode pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini yaitu SPSS For Windows 29. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner, sedangkan teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi R^2 . Hasil penelitian menunjukkan bahwa Flash sale berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian ,dengan jumlah sig <,001 kurang dari 0,05. *Tagline* gratis ongkir secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig $0,002 < 0,005$. Flash sale dan *Tagline* gratis Ongkir juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada pengguna shopee di kota kediri dengan nilai sig $F <,001 < 0,005$. Keputusan pembelian pada pengguna shopee di kota kediri di pengaruhi oleh kedua variabel tersebut sebesar 67,4% sehingga 32,6 % di pengaruhi oleh variable lain

Kata kunci : Flash Sale, *Tagline* gratis ongkir ,Keputusan Pembelian