

PENGARUH POTONGAN HARGA *FLASH SALE* SHOPEE MALL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA STIE GENTARAS BANDAR LAMPUNG

**RIAN SIAHAAN
2018112136**

ABSTRAK

Perkembangan internet yang semakin meningkat dari tahun ke tahun sangat memudahkan aktivitas yang dilakukan manusia. Mulai dari pendidikan, pekerjaan hingga perdagangan. Layanan belanja online merupakan cara yang paling efektif dilakukan masyarakat. Yaitu melalui dekstop atau komputer menjadi mobile telah membuka peluang baru. Masyarakat yang sudah merasakan kemudahan dalam belanja online, cenderung melakukan pembelian kembali dan memiliki peluang yang tinggi untuk belanja. Shopee adalah aplikasi marketplace asal Singapura yang masuk ke Indonesia pada Desember 2015. Shopee termasuk marketplace teratas, dengan menempati peringkat kedua dan Menempati peringkat pertama dalam Ranking App Store. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai apakah potongan harga mempengaruhi keputusan pembelian, oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian ini tentang Pengaruh Potongan Harga *Flash Sale* terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee Mall di STIE Gentiaras Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dari uji T diketahui bahwa nilai t hitung (3.250) > t tabel ($1,990$). Dengan demikian, hipotesis yang dihasilkan yakni terdapat pengaruh yang signifikan antara potongan harga *Flash Sale* terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian dan pengujian koefisien regresi sederhana diperoleh $Y = 10.240 + 0.401 + e$, hasil nilai signifikansi sebesar 0.002 ($<0,05$) memenuhi kriteria dan dapat digunakan untuk memprediksi signifikansi pada variabel x (potongan harga *flash sale* terhadap variabel Y (keputusan pembelian)). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yaitu $0,119$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel Potongan harga *Flash Sale* terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar $11,9\%$ dan sisanya $88,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kata Kunci : Potongan Harga *Flash Sale* dan Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF FLASH SALE SHOPEE MALL PRICES
ON PURCHASE DECISIONS ON STIE GENTARAS
STUDENTS BANDAR LAMPUNG**

**RIAN SIAHAAN
2018112136**

ABSTRACT

The development of the internet that is increasing from year to year greatly facilitates human activities. Starting from education, work to trade. Online shopping services are the most effective way for people to do. Namely through a desktop or computer to be mobile has opened up new opportunities. People who already feel the ease of shopping online, tend to make repurchases and have a high opportunity to shop. Shopee is a marketplace application from Singapore that entered Indonesia in December 2015. Shopee is one of the top marketplaces, ranking second and ranking first in the App Store Ranking. Therefore, researchers are interested in conducting research on whether price discounts affect purchasing decisions, therefore researchers are interested in conducting this research on the Effect of Flash Sale Discounts on Purchase Decisions in the Shopee Mall Application at STIE Gentiaras Bandar Lampung. This research uses quantitative methods. From the T test it is known that the t value is calculated $(3.250) > t \text{ table } (1.990)$ Thus, the hypothesis is that there is a significant influence between Flash Sale discounts on purchasing decisions. From the results of research and testing of simple regression coefficients obtained $Y = 10,240 + 0.401 + e$, the results of a significance value of $0.002 (<0.05)$ meet the criteria and can be used to predict the significance of the variable x (flash sale discount on the variable Y (purchasing decisions). The results of the coefficient of determination test (R^2) are 0.105. This shows that the influence of the Flash Sale Discount variable on the Purchase Decision variable is 11.9% and the remaining 88.1% is influenced by other variables..

Keywords: Flash Sale Discounts and Purchase Decisions