

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *live streaming*, *flash sale*, gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi Tiktok Shop. penelitian ini bertujuan untuk digunakan sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam hal peningkatan keputusan pembelian dengan subjek penelitian mahasiswa UPI “YPTK” Padang jurusan manajemen BP 2021. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 88 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan judgement sampling dimana responden merupakan mahasiswa UPI “YPTK” Padang jurusan manajemen BP 2021. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah menggunakan kuesioner (angket) yang disebar melalui offline melalui. Dalam melakukan analisis digunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda disertai uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *live streaming* dan *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan gratis ongkir tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Live Streaming*, *Flash Sale*, Gratis Ongkir, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study analyzes the influence of live streaming, flash sales, free shipping on purchasing decisions for users of the Tiktok shop application. This study aims to be used as a reference and consideration for companies in terms of increasing purchasing decisions with the research subjects of UPI "YPTK" Padang students majoring in management BP 2021. This study uses a quantitative method. The sample used in this study was 88 respondents. Sampling using the purposive sampling method with judgment sampling where the respondents were UPI "YPTK" Padang students majoring in management BP 2021. The technique used in collecting data was using a questionnaire distributed offline through. In conducting the analysis, instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests were used along with t tests, f tests, and coefficient of determination tests. The results of this study indicate that live streaming and flash sales have a positive and significant effect on purchasing decisions, while free shipping does not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Live Streaming, Flash Sale, Free Shipping, Purchasing Decisions.*