

ABSTRAK

Salwa Pathia. (2023). Pengaruh Potongan Harga dan Gratis Ongkos Kirim Dalam Belanja *Online* Terhadap Pembelian Impulsif (Survei pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 s.d 2022 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi). Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Dosen Pembimbing Rendra Gumilar, M.Pd dan Iis Aisyah M.Pd.

Masalah dalam penelitian ini yaitu pembelian impulsif pada mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan gratis ongkos kirim dalam belanja online terhadap pembelian impulsif. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif jenis survey dengan desain penelitian yaitu survei eksplanatori. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 s.d 2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *proportionate stratified random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 274 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner serta Teknik analisis data menggunakan analisis asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Variabel potongan harga terhadap pembelian impulsif dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,062 > 1,968$) yang artinya terdapat pengaruh secara signifikan. 2) Variabel gratis ongkos kirim terhadap pembelian impulsif dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,912 < 1,968$) yang artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan. 3) Variabel potongan harga dan gratis ongkos kirim terhadap perilaku pembelian impulsif dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($52,978 > 3,03$) yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan. 4) Hasil Koefisien determinasi sebesar 28,1% yang artinya pembelian impulsif dipengaruhi oleh potongan harga dan gratis ongkos kirim.

Kata Kunci : Gratis Ongkos Kirim, Pembelian Impulsif, Potongan Harga

ABSTRACT

Salwa Pathia. (2023). The Influence of Discounts and Free Shipping in Online Shopping on Impulse Buying (Survey on Students Majoring in Economics Education, Class of 2016 to 2022, Faculty of Education and Teacher Training, Siliwangi University). Department of Economics Education, Faculty of Education and Teacher Training, Siliwangi University, Tasikmalaya. Supervising Lecturers Rendra Gumilar, M.Pd and Iis Aisyah, M.Pd.

The problem addressed in this research is impulsive buying behavior among students. The purpose of this study is to examine the influence of discounts and free shipping in online shopping on impulse buying. This research adopts a quantitative research approach with a survey explanatory design. The population includes all active students majoring in Economics Education, Class of 2016 to 2022. The sample is taken using proportionate stratified random sampling, consisting of 274 individuals. Data collection employs questionnaires, while data analysis involves classical assumption analysis, multiple linear regression, hypothesis testing, and coefficient of determination. The research findings indicate the following: 1) The variable of discounts has a significant effect on impulse buying with a t-value > t-table ($8.062 > 1.968$). 2) The variable of free shipping does not have a significant effect on impulse buying with a t-value < t-table ($-0.912 < 1.968$). 3) The variables of discounts and free shipping have a significant simultaneous effect on impulse buying with an F-value > F-table ($52.978 > 3.03$). 4) The coefficient of determination is 0.281 with a percentage of 28.1%, indicating that impulsive buying is influenced by discounts and free shipping.

Keywords: Discounts, Free Shipping, Impulse Buying