

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Pengaruh Gratis Ongkir, *Live Streaming*, dan Konten Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Platform Shopee” ini ditulis oleh Rio Raditya Asmara, NIM. 1860405222094, Pembimbing Ahmad Hanif Fajrin, M.Pd.

Kata Kunci: Gratis Ongkir, *Live Streaming*, Konten Pemasaran, Keputusan Pembelian

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat, salah satunya platform Shopee. Shopee menawarkan berbagai strategi pemasaran digital seperti gratis ongkir, *live streaming*, dan konten pemasaran yang diduga mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya pada generasi Z. Namun, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda sehingga diperlukan penelitian lanjutan.

Tujuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi keilmuan tentang (1) pengaruh gratis ongkir, *live streaming*, dan konten pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform Shopee; (2) pengaruh gratis ongkir terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform Shopee; (3) pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform Shopee; (4) pengaruh konten pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform Shopee.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung selaku pengguna Shopee sejumlah 68 yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) secara simultan gratis ongkir, *live streaming*, dan konten pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform Shopee. Dengan demikian, strategi pemasaran digital menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen di era *e-commerce*, khususnya pada kalangan mahasiswa Generasi Z sebagai pengguna aktif platform digital; (2) gratis ongkir berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada platform Shopee karena mampu meningkatkan ketertarikan dan mendorong konsumen melakukan pembelian; (3) *live streaming* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena memberikan informasi produk secara langsung, interaktif, dan meningkatkan kepercayaan konsumen; (4) konten pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena sebagian konsumen lebih mempertimbangkan faktor lain seperti kebutuhan dan harga produk dibandingkan isi konten pemasaran.

ABSTRACT

This thesis, entitled "The Influence of Free Shipping, Live Streaming, and Marketing Content on Consumer Purchasing Decisions on the Shopee Platform" was written by Rio Raditya Asmara, Student ID Number 1860405222094, Supervisor: Ahmad Hanif Fajrin, M.Pd.

Keywords: Free Shipping, Live Streaming, Marketing Content, Purchasing Decisions

E-commerce development in Indonesia is increasing, one of which is the Shopee platform. Shopee offers various digital marketing strategies such as free shipping, live streaming, and marketing content, which are thought to influence consumer purchasing decisions, particularly among Generation Z. However, previous research on the influence of these three variables has yielded mixed results, necessitating further research.

The objectives of this study are expected to contribute to scientific knowledge regarding (1) the simultaneous influence of free shipping, live streaming, and marketing content on consumer purchasing decisions on the Shopee platform; (2) the influence of free shipping on consumer purchasing decisions on the Shopee platform; (3) the influence of live streaming on consumer purchasing decisions on the Shopee platform; (4) the influence of marketing content on consumer purchasing decisions on the Shopee platform.

This study used a quantitative approach with an associative approach. The sample was 68 Shopee users, selected through purposive sampling, from the Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University, Tulungagung.

The results of this study indicate that: (1) free shipping, live streaming, and marketing content simultaneously have a significant influence on consumer purchasing decisions on the Shopee platform. Thus, digital marketing strategies are an important factor in influencing consumer purchasing decisions in the e-commerce era, especially among Generation Z students who are active users of digital platforms; (2) free shipping has a significant influence on consumer purchasing decisions on the Shopee platform because it increases consumer interest and encourages consumers to make purchases; (3) live streaming has a significant influence on purchasing decisions because it provides direct, interactive product information and increases consumer trust; (4) Marketing content does not have a significant influence on purchasing decisions because some consumers consider other factors such as product needs and price more than the content of the marketing content.