

ABSTRAK

Febri Surya W, 2025, “Pengaruh *Flashsale* dan Gratis Ongkir terhadap keputusan pembelian impulsif di TikTok Shop, khususnya pada mahasiswa Manajemen 2021 Universitas Islam Blitar” (dibimbing oleh Bambang Septiawan, S.S., M.M dan M. Adib Mawardi, S.E., M.M.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi bagaimana pengaruh *Flashsale* dan Gratis Ongkir terhadap keputusan pembelian impulsif di TikTok Shop, khususnya pada mahasiswa Manajemen 2021 Universitas Islam Blitar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, dimana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 159 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Flashsale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif dengan nilai t-hitung 2,790 dan signifikansi 0,006, yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, promo Gratis Ongkir juga berpengaruh signifikan dengan t-hitung sebesar 3,671 dan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa promosi ini mengurangi hambatan biaya pengiriman dan mendorong pembelian impulsif. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif dengan hasil uji F-hitung 29,188 dan nilai signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa *Flashsale* dan Gratis Ongkir secara bersama-sama memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian impulsif di TikTok Shop.

Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pelaku bisnis TikTok Shop dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif, terutama dalam menarik konsumen melalui *Flashsale* dan Gratis Ongkir untuk meningkatkan konversi penjualan, khususnya di kalangan mahasiswa yang menjadi konsumen utama platform ini.

Kat Kunci: *Flashsale*, Gratis Ongkir dan Keputusan Pembelian Impulsif