

ABSTRAK

PENGARUH GRATIS ONGKOS KIRIM (X1) DAN HARGA DISKON (X2) TERHADAP MINAT BELI (Y) PADA PLATFORM E-COMMERCE TIKTOK SHOP DI KOTA MAKASSAR

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2026

Kata Kunci : Gratis Ongkos Kirim, Harga Diskon, Minat Beli

Perkembangan e-commerce di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan kemajuan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen. Persaingan yang semakin ketat antar platform mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi promosi yang efektif guna menarik Minat Beli konsumen. Program Gratis Ongkos Kirim dan Harga Diskon menjadi dua bentuk promosi yang paling banyak digunakan karena mampu menurunkan beban biaya yang dirasakan konsumen. Namun, tidak semua konsumen merespon tersebut secara sama, sehingga diperlukan penelitian untuk mengkaji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap Minat Beli secara lebih sistematis dan empiris.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli konsumen, menganalisis pengaruh Harga Diskon terhadap Minat Beli konsumen, serta menguji pengaruh Gratis Ongkos Kirim dan Harga Diskon secara simultan terhadap Minat Beli konsumen pada platform e-commerce TikTok Shop di Kota Makassar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna *e-commerce*. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria tertentu. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS. Pengujian data meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial (t), uji simultan (F) dan koefisien Determinasi (R^2).

Hasil pada penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh antara Gratis Ongkos Kirim dan Minat Beli dengan nilai signifikan 0,695 dimana lebih besar dari 0,05, sedangkan pada variabel Harga Diskon terdapat pengaruh terhadap Minat Beli dengan nilai signifikan 0,001 yang lebih kecil dari 0,005 dan secara simultan kedua variabel tersebut yaitu Gratis Ongkos Kirim dan Harga Diskon berpengaruh terhadap Minat Beli dengan nilai signifikan 0,001.