

Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian

Title	Pengaruh iklan dan program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian
Author Order	2 of 2
Accreditation	4
Abstract	<p>Belanja online saat ini menjadi trend masyarakat indonesia. Perkembangan teknologi yang kian pesat memberikan perubahan pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Salah satunya melakukan pembelian secara online, seperti berbelanja menggunakan platform e-commerce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa krusial serta seberapa besarnya pengaruh program gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce Tiktok Shop. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif asosiatif kausal. Dimana sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden yang sebelumnya telah dihitung menggunakan rumus Rao Purba, dengan karakteristik minimal berusia 17 tahun, sudah pernah belanja atau melakukan transaksi menggunakan Tiktok Shop, dan pernah menggunakan program gratis ongkir milik TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan teknik skala likert dengan dilakukan beberapa uji seperti Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji koefisien determinan / R square, dan Uji analisis jalur dalam pengujian hipotesis dilakukan Uji T dan Uji F dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini bahwa semua hipotesis diterima, Iklan dan Program Gratis Ongkir memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara stimulan Iklan dan Program Gratis Ongkir juga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.ÃfÂ,Ã,Ã</p>
Publisher Name	Faculty of Economics and Business Mulawarman University
Publish Date	2021-11-30
Publish Year	2021
Doi	DOI: 10.29264/jfor.v23i4.10213
Citation	
Source	FORUM EKONOMI
Source Issue	Vol 23, No 4 (2021)
Source Page	632-639
Url	https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/view/10213/1539
Author	Dr. AMRON, S.Pi, M.Si