

ABSTRAK

Muhammad Agung Nugroho, 2022. Pengaruh tagline gratis ongkir shopee terhadap keputusan pembelian masyarakat pada Btn pepabri di jeneponto. Skripsi program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Pembimbing 1 Dr. Muhammad Najib Kasim, Dan Pembimbing II Ir. Muhammad Akib.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tagline gratis ongkir shopee terhadap keputusan pembelian masyarakat pada BTN Pepabri di Jenepono. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 127 Responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji validasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa menunjukkan tingkat signifikan untuk variabel variabel tagline “gratis ongkir” Shopee sebesar 2.775 lebih besar dari 1.660 ($T_{hitung} 2.775 > T_{tabel} 1.660$) maka hipotesis diterima.

Kata Kunci : Gratis Ongkir Shopee.

ABSTRACT

Muhammad Agung Nugroho, 2022. The effect of the free shopee shipping tagline on people's purchasing decisions at Btn pepabri in Jenepono. Thesis of Management Studies program at Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Supervisor 1 Dr. Muhammad Najib Kasim, and Advisor II Ir. Muhammad Akib.

This study aims to determine the effect of the free shopee postage tagline on people's purchasing decisions at BTN Pepabri in Jenepono. The type of research used in this study is quantitative with a sample of 127 respondents. Data collection techniques using a questionnaire technique. The data analysis technique used a validation test.

The results showed that the significant level for the Shopee "free shipping" tagline variable was 2,775 which was greater than 1,660 ($T_{count} 2.775 > T_{table} 1.660$), so the hypothesis was accepted.

Keywords: Free Shipping Shopee.

