

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan yang kompetitif industri *e-commerce* memerlukan promosi sebagai strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan penjualan, tidak adanya promosi penjualan dalam suatu bisnis atau *e-commerce* dapat menyebabkan sulitnya bersaing dengan *e-commers* lainnya karena para konsumen akan kekurangan informasi ataupun daya tarik terhadap *e-commers* tersebut. Sesuai dengan pra-survey yang dilakukan oleh peneliti pada 29 November 2023 sampai 10 Desember 2023, dengan membagikan kuesioner kepada 50 gennerasi Z yang ada di jember diketahui bahwa Shopee menjadi *e-commers* terbanyak yang digunakan oleh generasi Z di jember.

Adapun tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh promosi, flash sale dan gratis ongkir terhadap minat beli pada generasi Z di jember, untuk mengetahui pengaruh promosi, flash sale, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian pada generasi Z di jember, dan untuk mengetahui pengaruh promosi, flash sale, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada generasi Z di Jember.

Metode yang diginakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif dengan jumlah sampel 190 sampel yang diambil dari generasi Z pengguna shopee di jember. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan juga angket. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan juga uji hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian variace-based SEM atau partial least square (SEM-PLS).

Hasil dari penelitian ini semua hubungan variabel berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi dibawah 0,05, kecuali hubungan variabel flash sale (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) mendapatkan nilai signifikasi 0,180 dan hubungan variabel gratis ongkir (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z) mendapatkan nilai siginifikasi 0,056, dimana nilai tersebut lebih tinggi daripada 0,05. Saran dari penelitian ini yaitu diharapkan perusahaan meningkatkan program flash sale dan juga gratis ongkir mereka.

Kata kunci: promosi, flash sale, gratis ongkir, keputusan pembelian, dan minat beli.

ABSTRACT

In facing competitive competition, the e-commerce industry requires promotion as a marketing strategy used to increase sales. The absence of sales promotion in a business or e-commerce can make it difficult to compete with other e-commerce because consumers will lack information or attraction to the e-commercers. In accordance with the pre-survey conducted by researchers from 29 November 2023 to 10 December 2023, by distributing questionnaires to 50 generation Z in Jember it was discovered that Shopee was the most e-commerce used by generation Z in Jember.

The aim of this research is to determine the influence of promotions, flash sales and free shipping on buying interest in Generation Z in Jember, to determine the influence of promotions, flash sales and free shipping on purchasing decisions among Generation Z in Jember, and to determine the influence of promotions, flash sales, and free shipping on purchasing decisions through purchase interest as an intervening variable in generation Z in Jember.

The method used in this research is a quantitative method with a sample size of 190 samples taken from Generation Z Shopee users in Jember. Data collection techniques in this research used observation and questionnaires. Meanwhile, the data analysis technique used is descriptive analysis and also hypothesis testing. Hypothesis testing is carried out using variace-based SEM or partial least squares (SEM-PLS) testing.

The results of this research are that all variable relationships have a positive and significant influence with a significance value below 0.05, except for the relationship between the flash sale variable (X2) on purchasing decisions (Y) which gets a significance value of 0.180 and the relationship between the free shipping variable (X3) on purchasing decisions (Y).) through purchasing interest (Z) gets a significance value of 0.056, where this value is higher than 0.05. The suggestion from this research is that companies are expected to improve their flash sale and free shipping programs.

Keywords: *promotions, flash sales, free shipping, purchase decisions, and purchase interest.*