

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *celebrity endorsment*, *flash sale* dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *facetology* di *marketplace shopee* (studi kasus konsumen di kabupaten jember). Pada era digital yang semakin maju telah mengubah aktivitas masyarakat termasuk dalam hal daya beli. Masyarakat sudah bisa mengakses internet dan penggunaan internet bisa diakses di seluruh provinsi di Indonesia. Saat ini hal-hal yang berhubungan dengan keuangan, bisnis, transportasi, dan juga teknologi dapat dihubungkan melalui internet. Salah satu perkembangan teknologi dalam sektor ekonomi yaitu adanya *e-commerce*. Platform yang mendominasi dalam *e-commerce* di Indonesia adalah *Shopee*. *Marketplace* ini berhasil menarik perhatian konsumen melalui berbagai macam strategi pemasaran seperti, *celebrity endorsement*, *flash sale*, dan layanan gratis ongkir. Hal ini juga terlihat di kabupaten Jember, konsumen semakin tertarik untuk berbelanja secara *online* melalui *Shopee*, salah satunya yaitu untuk produk kecantikan seperti *Facetology*. Penelitian ini termasuk pendekatan kuantitatif menggunakan data numerik yang di olah melalui SPSS versi 27. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen perempuan yang tinggal di kabupaten Jember dan berusia lebih dari 17 tahun ke atas dan menggunakan aplikasi *Shopee*. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui *google form*. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan (uji t). Hasil penelitian menunjukkan variabel *celebrity endorsment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *flash sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan terakhir gratis ongkir berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsment*, *Flash Sale*, *Gratis Ongkir*; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze celebrity endorsements, flash sales, and free shipping on consumer purchase decisions on facetology products on the Shopee marketplace (consumer case study in Jember Regency). In the increasingly advanced digital era, it has changed people's activities, including in terms of purchasing power. In Indonesia itself, most people in all provinces in Indonesia can access the internet. Nowadays, things related to finance, business, transportation, and technology can be connected through the internet. One of the technological developments in the economic sector is the existence of e-commerce. The dominating platform in e-commerce in Indonesia is Shopee. This marketplace has managed to attract the attention of consumers through various marketing strategies such as celebrity endorsements, flash sales, and free shipping services. This can also be seen in Jember regency, consumers are increasingly interested in shopping online through Shopee one of them is for beauty products such as Facetology. This research includes a quantitative approach using numerical data processed through SPSS version 27. The sample in this study was 100 female consumers who lived in Jember district and were over 17 years old and used the Shopee application. The sample determination technique used in this study is purposive sampling. The sampling technique uses a questionnaire distributed through google forms. The hypothesis test in this study uses (t-test). The results of the study show that the celebrity endorsement variable has a positive and significant effect on purchase decisions. The flash sale variable has a positive and significant effect on buyers' decisions, and finally free shipping has a positive but not significant effect on purchase decisions.

Keywords: *Celebrity Endorsment, Flash Sale, Free Shipping, Puchase Decisions*