

## **ABSTRAK**

# **PENGARUH IKLAN DAN *TAGLINE* GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE (STUDI PADA MASYARAKAT BANDAR LAMPUNG)**

**Oleh :**

**ERIKA OKTAVIA SILVANA**

Seiring kemajuan teknologi berjualan tidak hanya dilakukan dengan tatap muka, saat ini kegiatan jual beli online dipermudahkannya dengan adanya *e-commerce*. Salah satunya adalah Shopee yang memiliki peningkatan pesat di Indonesia yang menarik pembelian dengan cara beriklan. Shopee menggunakan bauran promosi melalui iklan agar calon konsumen termotivasi melakukan pembelian dan membuat *tagline* gratis ongkir untuk memberi informasi bahwa Shopee memberikan penawaran menarik yang menjadikan karakteristik Shopee agar diingat oleh masyarakat. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh iklan dan *tagline* gratis ongkir terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan data yang digunakan dengan penyebaran kuesioner pada masyarakat Bandar Lampung yang menggunakan Shopee sebagai responden yang berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan dan *tagline* gratis ongkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *e-commerce* Shopee, dimana semakin tinggi iklan dan *tagline* maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Iklan, *Tagline*, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF FREE SHIPPING ADVERTISING AND TAGLINE ON PURCHASE DECISIONS THROUGH E- COMMERCE SHOPEE (STUDY ON THE COMMUNITY OF BANDAR LAMPUNG)**

**By:**

**ERIKA OKTAVIA SILVANA**

*As technology advances, selling is not only done face-to-face, nowadays online buying and selling activities are made easier by e-commerce. One of them is Shopee which has a rapid increase in Indonesia which attracts purchases by means of advertising. Shopee uses a promotional mix through advertising so that potential consumers are motivated to make purchases and create a free shipping tagline to provide information that Shopee provides attractive offers that make Shopee characteristics to be remembered by the public. Therefore, this study aims to examine the effect of advertising and the free shipping tagline on purchasing decisions through Shopee e-commerce. This study uses quantitative methods. Collecting data used by distributing questionnaires to the people of Bandar Lampung who use Shopee as respondents totaling 100 people. The results showed that the free shipping advertisement and tagline had a positive and significant effect on purchasing decisions through Shopee e-commerce, where the higher the advertisement and the food tagline, the higher purchasing decisions.*

**Keywords: Advertising, Tagline, Purchase Decision**