

**PENGARUH PROMOSI *FLASH SALE* DAN DISKON *BRAND SALE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI STIE PGRI DEWANTARA
JOMBANG**

ABSTRAK

Oleh:
Titin Dwi Alfina

Dosen Pembimbing

Chusnul Rofiah, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi *Flash Sale* dan Diskon *Brand sale* terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang yang pernah melakukan pembelian produk pada aplikasi shopee sebanyak 100 orang, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien diterminasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi *Flash Sale* mampu meningkatkan Keputusan Pembelian dan Diskon *Brand sale* mampu meningkatkan Keputusan Pembelian

Kata Kunci: Promosi *Flash Sale*, Diskon *Brand sale* dan Keputusan Pembelian

**PENGARUH PROMOSI *FLASH SALE* DAN DISKON *BRAND SALE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA
PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI STIE PGRI DEWANTARA**

ABSTRACT

By:

Titin Dwi Alfina

Advisor

Chusnul Rofiah, SE., MM

This study aims to determine the effect of Flash Sale Promotions and Brand Sale Discounts on Purchase Decisions. The research uses an explanatory research method which is carried out through data collection in the field. The population is STIE PGRI Dewantara Jombang students who have purchased products in the shopee application as many as 100 people, data analysis using multiple linear regression statistical methods and hypothesis testing and termination coefficients. Results Based on research that the Flash Sale Promotion can improve Purchase Decisions and Brand Sale Discounts can improve Purchase Decisions

Keywords: Flash Sale Promotion, Brand Sale Discount and Purchase Decision