

***The Effect of Live Streaming, Discounts, and Free Shipping on Consumer
Purchase Intention in Bittersweet By Najla on Tiktok Shop***

By Maria Euginia Yustritama

Abstract

Monthly consumption on TikTok social media takes first place with a twofold growth rate. Companies can take advantage of this opportunity to sell an unlimited number of products in the online market, such as live streaming, discounts, and free shipping. This study aims to determine, prove, and analyze the effect of live streaming, discounts, and free shipping on purchasing decisions. This research is a quantitative study that uses primary data sources using purposive sampling method, obtained respondents who are TikTok users in Jakarta City with an age range of 17-28 years and have shopped at TikTok Shop. Data was collected online, distributed using a questionnaire using Google Form. The analysis technique uses the PLS (Partial Least Square) analysis method through the SmartPLS 4 application. The results of this study indicate that live streaming affects purchase intention, discounts affect purchase intentions, and free shipping affects purchase intention.

Keywords: *Discount, Free Shipping, Live Streaming, Purchase Intention*

**Pengaruh *Live Streaming*, Diskon, dan Gratis Ongkir terhadap Minat Beli
Konsumen Bittersweet By Najla di Tiktok Shop**

Oleh Maria Euginia Yustritama

Abstrak

Konsumsi bulanan pada sosial media TikTok menempati posisi pertama dengan tingkat pertumbuhan dua kali lipat. Perusahaan dapat memanfaatkan peluang ini untuk menjual produk dalam jumlah tak terbatas di pasar online, seperti live streaming, diskon, dan gratis ongkir. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis pengaruh live streaming, diskon, dan gratis ongkir terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan sumber data primer dengan menggunakan metode purposive sampling didapatkan responden yang merupakan pengguna TikTok di Kota Jakarta dengan rentang umur 17-28 tahun dan pernah berbelanja di TikTok Shop. Data dikumpulkan secara online, disebarkan menggunakan kuesioner menggunakan Google Form. Teknik analisis menggunakan metode analisis PLS (Partial Least Square) melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa live streaming berpengaruh terhadap minat beli, diskon berpengaruh terhadap minat beli, dan gratis ongkir berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: Diskon, Gratis Ongkir, *Live Streaming*, Minat Beli