

ABSTRAK

Teknologi komunikasi dan internet menjadi alat kebutuhan manusia saat ini, perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat didukung oleh internet yang cepat membuat masyarakat bertransformasi dari *offline* ke *online* yang menciptakan infrastruktur informasi baru salah satunya adalah *e-commerce* yang mempermudah masyarakat untuk melakukan jual beli *online*. Faktor yang menstimulus konsumen dalam melakukan pembelian adalah kegiatan promosi penjualan, salah satunya adalah Shopee.

Shopee menawarkan gratis ongkos kirim kepada konsumen sebagai promosi penjualannya, meskipun pada implementasinya gratis ongkos kirim tidak diberikan secara cuma-cuma melainkan ada syarat dan ketentuan yang berlaku. Menurut survey iPrice pada tahun 2020 mengatakan bahwa 96,5 juta orang sebagai pengunjung bulanan shopee.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan di marketplace shopee apabila menggunakan kupon gratis ongkos kirim terhadap perilaku konsumtif masyarakat di kota Bandung pada tahun 2021 guna mewujudkan visi dari Shopee yaitu menjadi marketplace nomer 1 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan variable bebas (x) yaitu Kupon dengan sub variable kupon *shelf-delivered*, kupon *scanner-delivered*, kupon melalui media. Dan variable terikat (y) yaitu Perilaku Konsumtif dengan sub variabel *Impulsive buying*, *wasteful buying*, *non-rational buying*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif.

Pengumpulan data dalam bentuk kuesioner menggunakan *google form* yang disebar secara *online* melalui *direct message* kepada followers Instagram akun pribadi, sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji F, dan koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi *Statistical Packgae for Social Science (SPSS) 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kupon Gratis Ongkos Kirim Shopee berada pada kategori sangat tinggi dengan presentase sebesar 83,79% dan variabel Perilaku Konsumtif berada pada kategori tinggi dengan presentase sebesar 73,43%. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi penjualan menggunakan kupon gratis ongkos kirim Shopee terhadap perilaku konsumtif. Besarnya pengaruh yang diberikan promosi penjualan menggunakan kupon gratis ongkos kirim Shopee terhadap perilaku konsumtif dibuktikan melalui hasil nilai koefisien determinasi, yaitu sebesar 92,9%, sedangkan sisanya sebesar 71,7% merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : Promosi – Kupon – Shopee – Konsumtif