

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Gratis Ongkir* terhadap minat pembelian, pengaruh *iklan* terhadap minat pembelian, pengaruh *Flashsale* terhadap minat pembelian, dan pengaruh *Gratis Ongkir*, *Iklan*, dan *Flashale* terhadap minat pembelian secara bersamaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* dengan metode kuantitatif yang dilakukan pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018. Populasi yang digunakan sebanyak 218 responden dengan waktu penelitian sekitar dua bulan. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel *probability* dan metode pengambilannya menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner lewat google formulir yang diuji dengan SPSS statistik versi 22. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa: *Gratis Ongkir* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,285 > 1,666$) dengan sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,025 < 0,05$). *Iklan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($2,027 > 1,666$) dengan sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,046 < 0,05$). *Flashsale* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($1,796 > 1,666$) dengan sig. lebih besar dari 0,05 ($0,077 < 0,05$). Secara bersamaan atau secara simultan *Gratis Ongkir*, *Iklan*, dan *Flashsale* berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian. Hal ini dibuktikan oleh f hitung lebih besar dari f tabel ($21,185 > 2,732$) dengan sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *Gratis Ongkir*, *Iklan*, dan *Flashale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian barang kosmetik di Shopee pada mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2018. Kata Kunci: *Gratis Ongkir*, *Iklan*, *Flashsale*, dan *Minat Pembelian*