

ABSTRAK

Pengaruh Pemasaran Konten, Diskon Harga, dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Pembelian Impulsif pada Produk Ibum Mall di TiTok Shop

Siti Fatimah

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi perilaku konsumen, TikTok Shop muncul sebagai platform *e-commerce*. Ibum Mall sebagai pelaku usaha lokal di platform ini menghadapi ketidakstabilan penjualan dan tantangan dalam merangsang pembelian impulsif. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran konten, diskon harga, dan gratis ongkos kirim terhadap pembelian impulsif produk Ibum Mall di TikTok Shop, mengingat urgensi optimasi strategi pemasaran digital di era *e-commerce* yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode kuantitatif melalui teknik deskriptif dan verifikatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda, uji korelasi, koefisien determinasi, serta uji F dan uji t untuk mengetahui pengaruh secara simultan maupun parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon harga dan gratis ongkos kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, sementara pemasaran konten justru menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan. Secara simultan, ketiga variabel memberikan pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Implikasi penelitian ini menekankan perlunya perbaikan strategi pemasaran konten dan pengoptimalan diskon serta gratis ongkir untuk meningkatkan pembelian impulsif.

Kata Kunci: Pemasaran Konten, Diskon Harga, Gratis Ongkos Kirim, Pembelian Impulsif, TikTok Shop, Ibum Mall.

ABSTRACT

The Influence of Content Marketing, Price Discounts, and Free Shipping on Impulse Buying of Ibum Mall Products on TikTok Shop

Siti Fatimah

The development of digital technology has transformed consumer behavior, with TikTok Shop emerging as an e-commerce platform. Ibum Mall, as a local business on this platform, faces sales instability and challenges in stimulating impulsive purchases. This research was conducted to analyze the influence of content marketing strategies, price discounts, and free shipping on impulsive purchases of Ibum Mall products on TikTok Shop, considering the urgency of optimizing digital marketing strategies in an increasingly competitive e-commerce era. This study uses a qualitative approach which is then analyzed using quantitative methods through descriptive and verificative techniques. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents selected using purposive sampling technique based on specific criteria. Analysis was carried out using multiple linear regression, correlation tests, coefficient of determination, as well as F-test and t-test to determine the influence simultaneously and partially. The results show that price discounts and free shipping have a positive and significant effect on impulsive purchases, while content marketing shows a significant negative influence. Simultaneously, the three variables have a significant effect on impulsive purchases. The implications of this research emphasize the need for improving content marketing strategies and optimizing discounts and free shipping to enhance impulsive purchases.

Keywords: Content Marketing, Price Discounts, Free Shipping, Impulse Purchases, TikTok Shop, Ibum Mall.