

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Flashsale*, *Free Shipping*, *Cashback* terhadap *Impulse Buying*. Pengumpulam data dilakukan dengan kuesioner menggunakan skala likert 4 kategori. Penelitian ini mengambil sampel 120 responden pada masyarakat di Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah uji instrument validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for windows versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Flashsale* dan *Cashback* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*, *Free Shipping* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying*. *Flashsale*, *Free Shipping*, dan *Cashback* secara simulatan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* di Kabupaten Kebumen.

Kata Kunci: *flashsale*, *free shipping*, *cashback*, dan *impulse buying*.



ABSTRACT

This research aims to determine the effect of Flashsale, Free Shipping, Cashback on Impulse Buying. Data was collected using a questionnaire using a 4 category Likert scale. This research took a sample of 120 respondents from the community in Kebumen Regency. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. The data analysis used is instrument validity and reliability testing, classical assumption testing, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The data processing tool uses SPSS for Windows version 25. The research results show that Flashsale and Cashback have a significant effect on impulse buying, Free Shipping has no significant effect on Impulse Buying. Flashsale, Free Shipping, and Cashback simultaneously or together have a significant effect on impulse buying in Kebumen Regency.

Keywords: flashsale, free shipping, cashback, and impulse buying.



HALAMAN MOTTO

“Sekeras apapun perjuangan jika tanpa do’a,aku tak akan sampai ditempat itu.

Dan Allah membawamu sejauh ini bukan untuk mengalami kegagalan”

“Pengetahuan adalah kunci kesuksesan yang takternilai”

- Albert Einstein -



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas terselesaikannya skripsi ini dengan baik, karya skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta Ibu Siti Ngaisah dan Bapak Ahmad Jumadi yang telah memberikan doa, motivasi, bantuan serta dukungan baik secara moril maupun materil demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Segenap keluarga tersayang penulis, kakak-kakak penulis Dewi Ariani, Asih Nur Rofikoh, dan Adek penulis Ulfiana Fauzia yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungannya.
3. Dosen Pembimbing yang baik Bapak Kabul Trifiyanto S.E., MBA. Yang telah memberikan arahan dan bimbingan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
4. Teman-teman seperjuangan, Rodiotul Azkia, Erna Triyaningsih, Eli Nur Hikmawati, Siti Fatimah, Ariza Latifatul Husna yang selalu menjadi partner dalam mengerjakan skripsi ini dan memberikan motivasi, dukungan sampai skripsi ini selesai.
5. Sahabat tercinta, Machsyar Chadzafi yang ikut memotivasi, dan selalu mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi
6. Seluruh teman-teman Reguler B yang ikut serta memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

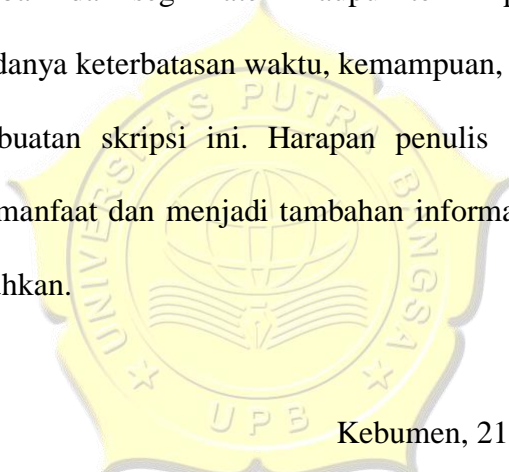
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala nikmat yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Flashsale*, *Free Shipping*, dan *Cashback* Terhadap *Impulse Buying* pada Fitur *Shopee Live* (Studi Pada Pengguna *Shopee Live* Di Kabupaten Kebumen). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana pada jenjang Strata 1 (S-1) Pada Jurusan dan Program Studi Manajemen, Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, saran, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Kabul Trifiyanto, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas Akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Kedua orang tua tercinta penulis Ibu Siti Ngaisah dan Bapak Ahmad Jumadi yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan do'a kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
4. Adik penulis Ulfiana Fauzia, kakak penulis Dewi Ariani dan asih Nur Rofikoh, seluruh keluarga penulis, dan saudara penulis yang telah memberikan doa dan dukungannya.

5. Segenap teman-teman penulis yang selalu mendukung, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan informasi dalam penelitian ini sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada banyak kekurangan baik dari segi materi maupun teknik penyajiannya. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan waktu, kemampuan, dan juga pengetahuan penulis dalam pembuatan skripsi ini. Harapan penulis semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi tambahan informasi bagi semua pihak-pihak yang membutuhkan.



Kebumen, 21 Juni 2024

Penulis,

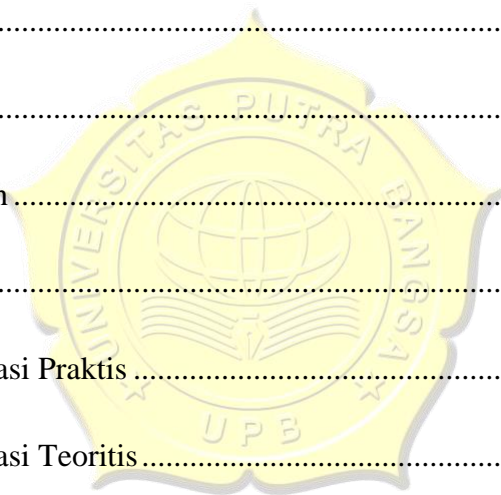
Astri Sastika Aulia
NIM 205504038

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	14

1.5.	Manfaat Penelitian.....	15
BAB II.....		16
KAJIAN PUSTAKA.....		16
2.1.	Tinjauan Teori	16
2.1.1.	<i>Impulse Buying</i>	16
2.1.2.	<i>Flash Sale</i>	19
2.1.3.	<i>Free Shipping</i>	25
2.1.4.	<i>Cashback</i>	28
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	39
2.4.	Model Empiris.....	42
2.5.	Hipotesis.....	42
BAB III.....		44
METODE PENELITIAN.....		44
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	44
3.2.	Variabel Penelitian	44
3.3.	Definisi Operasional Variabel	45
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.	Populasi dan Sampel.....	55

3.7. Teknik Analisis.....	57
BAB IV	68
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	68
4.1. Analisis Deskriptif.....	68
4.2. Analisis Statistik.....	72
4.3. Pembahasan	86
BAB V.....	89
SIMPULAN	89
5.1. Simpulan.....	89
5.2. Keterbatasan	90
5.3. Implikasi.....	90
5.3.1 Implikasi Praktis	91
5.3.2 Implikasi Teoritis.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1-1 Hasil Komparasi Brand 5 Situs Jual Beli Online.....	2
Tabel I-2 Platform Belanja Online Live Streamaing tahun 2023	5
Tabel I-3 Hasil Observasi Faktor yang Memengaruhi Impulse Buying	8
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuisisioner <i>Flash Sale</i>	46
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuisisioner <i>Free Shipping</i>	47
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuisisioner <i>Cashback</i>	48
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Kuisisioner <i>Impulse Buying</i>	49
Table IV-1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Table IV-2 Responden Berdasarkan Jenis Usia	70
Table IV-3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	71
Table IV-4 Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....	72
Table IV-5 Hasil Pengujian Validitas <i>Flashsale</i>	73
Table IV-6 Hasil Pengujian Validitas <i>Free Shipping</i>	73
Table IV-7 Hasil Pengujian Validitas <i>Cashback</i>	74
Table IV-8 Hasil Pengujian Validitas <i>Impulse Buying</i>	75
Table IV-9 Hasil Uji Reliabilitas	75
Table IV-10 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Table IV-11 Regresi Berganda Hasil Perhitungan SPSS	80
Table IV-12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	82
Table IV-13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	84
Table IV-14 Hasil Koefisien Determinasi.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1-1 Shopee Live Shopping	6
Gambar 11-1 Model Empiris	42
Gambar 1V-1 Hasil Uji Normalitas	77
Gambar 1V-2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengantar Kuisisioner	100
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	101
Lampiran 3. Kartu Bimbingan	105
Lampiran 4. Kartu Seminar.....	106
Lampiran 5. Karakteristik Responden.....	107
Lampiran 6. Data Tabulasi Hasil Kuisisioner.....	111
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Masing-masing Variabel.....	114
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Masing-masing Variabel.....	118
Lampiran 9. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	119
Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	121
Lampiran 11. Hasil Uji Hipotesis.....	122
Lampiran 12. Tabel t.....	124
Lampiran 13. Tabel r.....	125
Lampiran 14. Tabel f.....	126