

## **HALAMAN MOTTO**

Jika kata-kata orang bisa membuatmu berhenti mengejar mimpi,  
berarti kamu belum benar-benar serius ingin meraihnya

- Muhammad Jannah -



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, karya tulis ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Maburr dan Ibu Suryani orang yang paling berjasa dalam hidup penulis.
2. Adik tercinta Anindya Nurul Isnaeni yang selalu memberikan semangat dan keceriaan dalam hidup penulis.
3. Keluarga besar saya yang senantiasa memberikan semangat dalam menyelesaikan studi ini.
4. Dosen pembimbing Bapak Eko Wardoyo, S.E., M.M yang telah memberikan arahan dan bimbingan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. Para dosen di program studi bisnis digital Universitas Putra Bangsa, atas ilmu, bimbingan, dan dedikasi yang diberikan sepanjang masa studi.
6. Teman-teman seperjuangan, Kivlan Yonifian, Alfin Nugroho, Mualif Nuralim yang selalu menjadi partner dalam mengerjakan skripsi dan memberikan motivasi, dukungan sampai skripsi ini selesai.
7. Rekan-rekan mahasiswa program studi bisnis digital universitas putra bangsa angkatan 2021 terutama kelas BDRA, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan.
8. Dan untuk diri sendiri, atas ketekunan, kesabaran, dan komitmen yang telah ditunjukkan dalam menyelesaikan setiap tahapan proses akademik ini.

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Flash sale*, *Cashback*, Diskon terhadap *Impulse buying*. Pengumpulam data dilakukan dengan kuesioner menggunakan skala likert 4 kategori. Penelitian ini mengambil sampel 100 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 31. Hasil penelitian menunjukan bahwa *Flash sale* dan *Cashback* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying*, Diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap *Impulse buying*. Flashsale, *Cashback*, dan Diskon secara simulatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulse buying* pada produk *fashion* di shopee.

**Kata Kunci:** *Flash sale*, *Cashback*, Diskon, *Impulse buying*



## **ABSTRACT**

*This research aims to determine the effects of Flash sales, Cashbacks, and Discounts on Impulse buying. Data collection was conducted using a questionnaire with a 4-category Likert scale. The study sampled 100 respondents from the community in Kebumen Regency. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. The data analysis used included validity and reliability instrument tests, classical assumption tests, multiple regression analysis, and hypothesis testing. Data processing was assisted by SPSS for Windows version 31. The results showed that Flash sales and Cashbacks have a positive and significant effect on impulse buying, while Discounts did not have a significant effect on Impulse buying. Flash sales, Cashbacks, and Discounts simultaneously have a positive and significant effect on impulse buying for fashion products on Shopee.*

**Keywords:** *Flash sale, Cashback, Discount, Impulse buying*



## KATA PENGANTAR

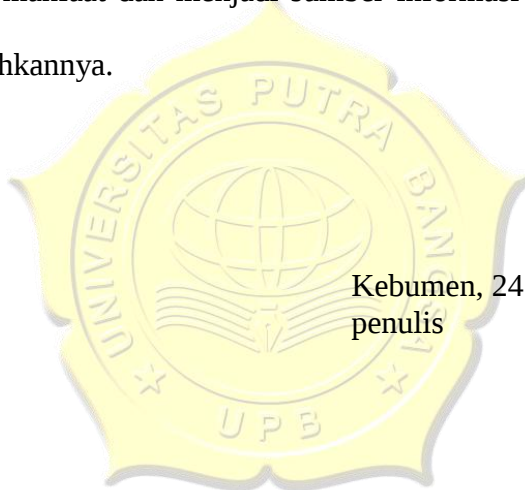
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Flash sale*, *Cashback*, dan Diskon terhadap *Impulse buying* pada Produk *Fashion* di Shopee". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang untuk memperoleh gelar Sarjana pada jenjang Strata 1 (S-1) pada Jurusan dan Program Studi Bisnis Digital, Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwiho, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Bapak Anton Prasetyo, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Bisnis Digital Universitas Putra Bangsa.
3. Bapak Eko Wardoyo, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan dorongan, semangat, dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini hingga selesai.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu penulis, yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi terselesaikan dengan baik.
6. Adik penulis yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman penulis yang selalu mendukung dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah memberikan doa, dorongan, serta bantuan selama menyusun skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan, baik dari segi isi maupun cara penyajiannya. Kekurangan tersebut disebabkan oleh keterbatasan waktu, kemampuan, serta pengetahuan yang dimiliki penulis selama proses penulisan. Meski demikian, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumber informasi tambahan bagi siapa pun yang membutuhkannya.



Kebumen, 24 Juli 2025  
penulis

Muhammad Singgih Nur Wahid  
NIM 210100168

## DAFTAR ISI

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| HALAMAN PERSETUJUAN.....        | iii   |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....  | iv    |
| HALAMAN BEBAS PLAGIARISME ..... | v     |
| HALAMAN MOTTO .....             | vi    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....       | vii   |
| ABSTRAKSI .....                 | viii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....           | ix    |
| KATA PENGANTAR .....            | x     |
| DAFTAR ISI.....                 | xii   |
| DAFTAR TABEL.....               | xvi   |
| DAFTAR GAMBAR.....              | xvii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....            | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN.....          | 1     |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1     |
| 1.2 Rumusan Masalah .....       | 8     |
| 1.3 Batasan Masalah.....        | 9     |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....      | 9     |
| 1.5 Manfaat Penelitian.....     | 9     |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis.....     | 9     |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....     | 10    |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....      | 11    |
| 2.1 Tinjauan Teori .....        | 11    |

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.1 <i>Impulse buying</i> .....                                     | 11 |
| 2.1.2 <i>Flash sale</i> .....                                         | 16 |
| 2.1.3 <i>Cashback</i> .....                                           | 19 |
| 2.1.4 Diskon .....                                                    | 20 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                        | 23 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel .....                                     | 26 |
| 2.3.1 Hubungan <i>Flash sale</i> terhadap <i>Impulse buying</i> ..... | 26 |
| 2.3.2 Hubungan <i>Cashback</i> terhadap <i>Impulse buying</i> .....   | 27 |
| 2.3.3 Hubungan Diskon terhadap <i>Impulse buying</i> .....            | 28 |
| 2.4 Model Empiris .....                                               | 29 |
| 2.5 Hipotesis .....                                                   | 30 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....                                   | 31 |
| 3.1 Obyek dan Subyek Penelitian .....                                 | 31 |
| 3.2 Variabel Penelitian .....                                         | 31 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel .....                               | 32 |
| 3.3.1 Variabel Bebas (X) .....                                        | 32 |
| 3.3.2 Variabel Terikat (Y) .....                                      | 33 |
| 3.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data .....                          | 34 |
| 3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....                            | 36 |
| 3.5.1 Jenis Tipe Data .....                                           | 36 |
| 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....                                   | 37 |
| 3.6 Populasi dan Sampel .....                                         | 39 |
| 3.6.1 Populasi Penelitian .....                                       | 39 |

|                                             |           |
|---------------------------------------------|-----------|
| 3.6.2 Sampel Penelitian .....               | 39        |
| 3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel .....       | 40        |
| 3.6.4 Penentuan Jumlah Sampel .....         | 41        |
| 3.7 Teknik Analisis.....                    | 42        |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif .....             | 42        |
| 3.7.2 Analisis Statistik .....              | 42        |
| <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b> | <b>49</b> |
| 4.1 Analisis Deskriptif.....                | 49        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....        | 49        |
| 4.1.2 Karakteristik Responden.....          | 49        |
| 4.2 Analisis Statistik.....                 | 52        |
| 4.2.1 Uji Validitas.....                    | 52        |
| 4.2.2 Uji Reliabilitas .....                | 55        |
| 4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....                | 56        |
| 4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 59        |
| 4.2.5 Uji Hipotesis .....                   | 62        |
| 4.3 Pembahasan .....                        | 66        |
| <b>BAB V SIMPULAN .....</b>                 | <b>71</b> |
| 5.1 Simpulan.....                           | 71        |
| 5.2 Keterbatasan .....                      | 72        |
| 5.3 Implikasi dan Saran .....               | 72        |
| 5.3.1 Implikasi Praktis .....               | 72        |
| 5.3.2 Implikasi Teoritis.....               | 75        |

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.3.3 Saran .....    | 76 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 78 |
| LAMPIRAN .....       | 85 |



## DAFTAR TABEL

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu .....                     | 23 |
| Tabel III- 1 Distribusi Variabel Flash sale .....          | 32 |
| Tabel III- 2 Distribusi Variabel Cashback .....            | 33 |
| Tabel III- 3 Distribusi Variabel Diskon .....              | 33 |
| Tabel III- 4 Distribusi Variabel Impulse buying.....       | 33 |
| Tabel IV- 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 50 |
| Tabel IV- 2 Responden Berdasarkan Usia .....               | 51 |
| Tabel IV- 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....           | 51 |
| Tabel IV- 4 Hasil Pengujian Validitas Flash sale .....     | 53 |
| Tabel IV- 5 Hasil Pengujian Validitas Cashback.....        | 53 |
| Tabel IV- 6 Hasil Pengujian Validitas Diskon.....          | 54 |
| Tabel IV- 7 Hasil Pengujian Validitas Impulse buying ..... | 55 |
| Tabel IV- 8 Hasil Uji Reliabilitas .....                   | 56 |
| Tabel IV- 9 Hasil Uji Multikolinearitas .....              | 58 |
| Tabel IV- 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....  | 60 |
| Tabel IV- 11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....                | 63 |
| Tabel IV- 12 Hasil Uji Simultan (Uji f).....               | 65 |
| Tabel IV- 13 Hasil Koefisien Determinasi.....              | 66 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar I- 1 Preferensi Belanja Platform E-commerce Indonesia 2024..... | 2  |
| Gambar I- 2 Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia.....        | 4  |
| Gambar II- 1 Model Empiris.....                                        | 29 |
| Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas .....                                | 57 |
| Gambar IV- 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                        | 59 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran I Pengantar Kuisisioner .....                        | 85  |
| Lampiran II Kuisisioner Penelitian.....                       | 86  |
| Lampiran III Kartu Bimbingan .....                            | 89  |
| Lampiran IV Kartu Seminar .....                               | 90  |
| Lampiran V Karakteristik Redponden .....                      | 91  |
| Lampiran VI Data Tabulasi Hasil Kuisisioner .....             | 95  |
| Lampiran VII Hasil Uji Validitas Masing-masing Variabel ..... | 98  |
| Lampiran VIII Hasil Uji Reliabilitas .....                    | 100 |
| Lampiran IX Hasil Uji Asumsi Klasik.....                      | 101 |
| Lampiran X Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....    | 103 |
| Lampiran XI Hasil Uji Hipotesis .....                         | 104 |
| Lampiran XII Tabel t .....                                    | 105 |
| Lampiran XIII Tabel r .....                                   | 106 |
| Lampiran XIV Tabel f.....                                     | 108 |