

**PENGARUH CASHBACK, FLASH SALE, TAGLINE “GRATIS ONGKIR”
TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN
GENERASI Z PADA SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)**

SKRIPSI

Oleh:

AHMAD SYAUQI

NIM.0501173211

**Program Studi
EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN
2021 M / 1443 H**

**PENGARUH *CASHBACK*, *FLASH SALE*, *TAGLINE* “GRATIS ONGKIR”
TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN
GENERASI Z PADA SHOPEE
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

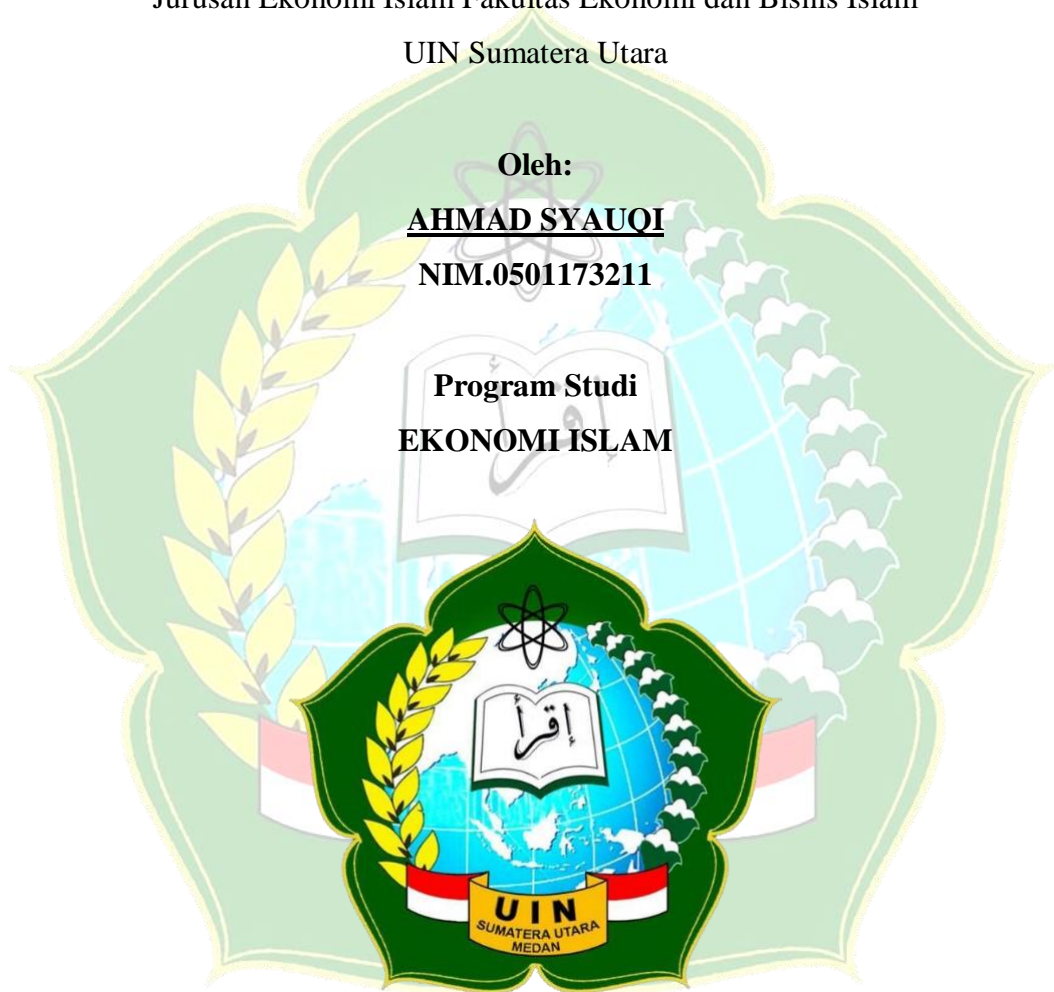
UIN Sumatera Utara

Oleh:

AHMAD SYAUQI

NIM.0501173211

**Program Studi
EKONOMI ISLAM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN**

2021 M / 1443 H

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Syauqi
NIM : 0501173211
Tempat/Tanggal Lahir : Binjai, 2 Mei 2000
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Medan-Binjai Km.15,7 Dusun II, Gg.Mesjid

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**PENGARUH CASHBACK, FLASH SALE, TAGLINE “GRATIS ONGKIR” TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN GENERASI Z PADA SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)**”, benar karya asli saya kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya, apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Medan, 20 Februari 2022

Ahmad Syauqi

0501173211

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH *CASHBACK*, *FLASH SALE*, *TAGLINE* “GRATIS ONGKIR”
TERHADAP *IMPULSE BUYING* KONSUMEN GENERASI Z PADA
SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara)**

Oleh:

Ahmad Syauqi

NIM. 0501173211

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 20 Februari 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Fauzi Arif Lubis, M.A

NIDN. 2024128401

Atika, M.A

NIDN. 0106038701



Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Imsar, M.Si

NIDN. 2003038701

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul “**PENGARUH CASHBACK, FLASH SALE, TAGLINE “GRATIS ONGKIR” TERHADAP IMPULSE BUYING KONSUMEN GENERASI Z PADA SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)**” an. Ahmad Syauqi, NIM 0501173211 prodi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada Tanggal 24 Februari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E) pada Prodi Ekonomi Islam.

Medan, 25 Februari 2022
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Prodi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua

Sekretaris

Nurbaiti, M.Kom
NIDN. 2029019101

Nurul Jannah, M.E
NIDN. 2117029201

Anggota

Dr. Fauzi Arif Lubis, M.A
NIDN. 2024128401

Atika, M.A
NIDN. 0106038701

Annio Indah Lestari, S.E, M.Si
NIDN. 2009037401

Nurul Jannah, M.E
NIDN. 2117029201

Mengetahui,
Dekan fakultas ekonomi dan bisnis
islam uin-su medan

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Ahmad Syauqi (2022), NIM 0501173211, Skripsi berjudul “Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)” Dibawah bimbingan Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, M.A sebagai Pembimbing Skripsi I dan Ibu Atika, M.A sebagai Pembimbing Skripsi II

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Cashback*, *Flash Sale*, dan *Tagline* Gratis Ongkir terhadap *Impulse Buying* Generasi Z Pada Shopee. Adapun jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu *Cashback*, *Flash Sale*, dan *Tagline* Gratis Ongkir dengan satu variabel dependen yaitu *Impulse Buying* Generasi Z pada Shopee. Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan, dan penyusunan hipotesis data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada 100 Donatur sebagai sampel penelitian dengan teknik pengambilan sampel menggunakan skala likert. Data di proses melalui program SPSS 23.0 dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1) *Cashback* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Impulse Buying* Generasi Z pada Shopee. Dengan nilai t_{hitung} variabel *Cashback* yaitu $4.515 > 1.985$ dan signifikansi sebesar $0.000 > 0.05$. 2) *Flash Sale* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Impulse Buying* Generasi Z pada Shopee. Dengan nilai t_{hitung} variabel *Flash Sale* yaitu $2.477 > 1.985$ dan signifikansi sebesar $0.015 > 0.05$. 3) *Tagline* Gratis Ongkir tidak memiliki pengaruh terhadap *Impulse Buying* Generasi Z pada Shopee. Karena nilai t_{hitung} variabel *Tagline* Gratis Ongkir yaitu $1.292 < 1.985$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.199 > 0.05$. 4) Secara Simultan variabel *Cashback*, *Flash Sale*, dan *Tagline* Gratis Ongkir terhadap *Impulse Buying* Generasi Z Pada Shopee. Dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $85.669 > 2.71$ dan signifikansi pada $0.000 < 0.05$ Artinya ada pengaruh signifikan variabel X1, X2, X3 dan variabel Y secara bersama-sama.

Kata Kunci : *Cashback*, *Flash Sale*, *Tagline* Gratis Ongkir, *Impulse Buying*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah 'Azza Wa Jalla yang telah memberikan penulis kesehatan, kekuatan dan semangat ditengah kendala dan keterbatasan ilmu yang dimiliki hingga akhirnya penulis bias menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Cashback, Flash Sale, Tagline Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying Konsumen Generasi Z Pada Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)”** yang mana sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Melalui kata pengantar ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya yaitu Ayahanda Wahid Hasan dan Ibunda Armayanti yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk terus menjalani kehidupan yang lebih baik termasuk segala dukungan dan semangat hingga penulis dapat menjalani pendidikan hingga saat ini. Melalui kata pengantar ini pula, ucapan terima kasih ini penulis tujuakan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
3. Bapak Imsar, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
4. Bapak Dr. Fauzi Arif Lubis, M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang sangat baik sekali kepada saya dan selalu memberikan bimbingan bimbingan dan juga masukan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Ibu Atika, M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang sangat baik sekali telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik dalam hal

memberikan bimbingan dan juga masukan serta arahan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

6. Bapak Dr. M. Ridwan, MA, selaku Dosen Penasehat Akademik dan juga sangat baik telah banyak membantu memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
7. Bapak Rahmat Daim, Harahap, M.Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam universitas Islam Negeri Sumatera Utara
8. Seluruh staf pengajar dan pegawai dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara terimakasih atas didikan dan bantuannya selama masa perkuliahan
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam C stambuk 2017 yang telah berjuang bersama-sama peneliti selama masa perkuliahan terkhusus Mhd Primadona, Rere Pufa, Rezi Ahmad, Muarrif Abbas, Denny Permana Siregar, Zul Fahmi, Fadlika Dwi Ramil, Khairunnisa, Shania Sakina, Meyana Sari, Ainun Mardiah Lubis, Noni Novita Sari, Fany Andiani, yang telah membantu penulis selama penyelesaian skripsi.
10. Dan semua pihak-pihak yang tidak dapat penulis tuliskan namanya satu-persatu yang telah berkenan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata kepada Allah penulis memohon ampun dengan harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan bagi peneliti selanjutnya. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

SUMATERA UTARA
MEDAN

Medan, 20 Februari 2022

Ahmad Syauqi

0501173211

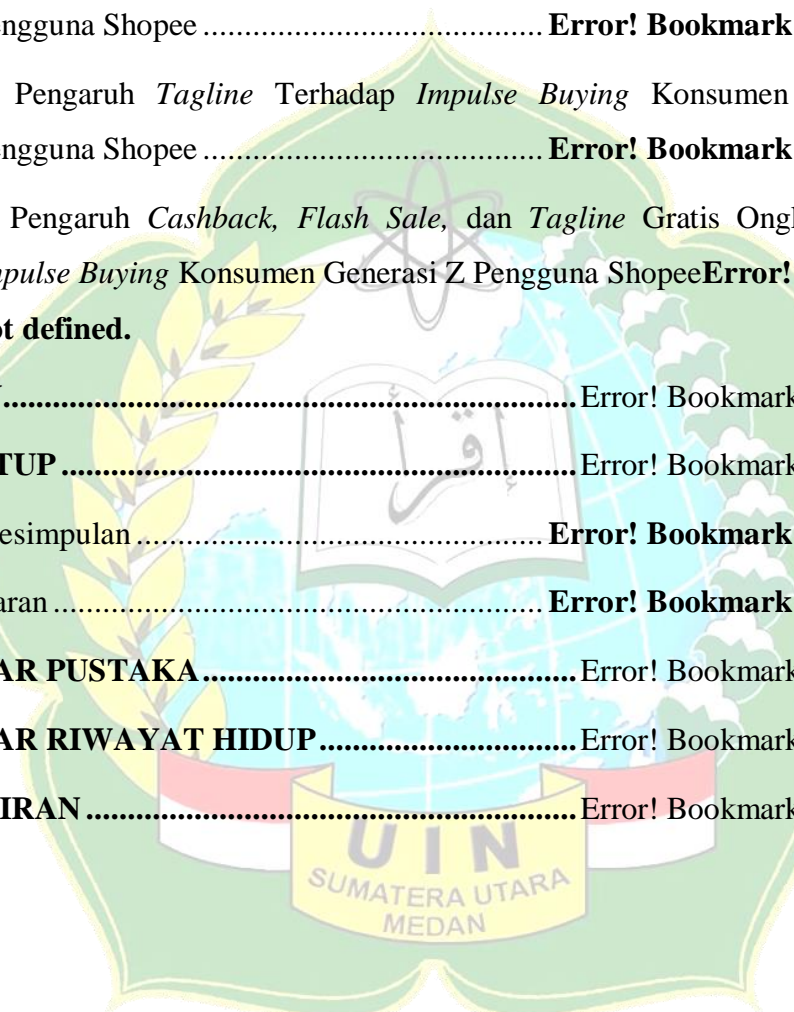
DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	12
BAB 1	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
E. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Manfaat penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
KERANGKA TEORITIS	Error! Bookmark not defined.
A. <i>Impulsive Buying</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi <i>Impulsive Buying</i> (Pembelian Impulsif).....	Error! Bookmark not defined.
2. Tipe-Tipe Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.
3. Pembelian Impulsif dalam Perspektif Islam.....	Error! Bookmark not defined.
4. Indikator Pembelian Impulsif	Error! Bookmark not defined.

B. Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2. Pemasaran dalam Perspektif Islam.....	Error! Bookmark not defined.
3. Konsep Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4. Bauran Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
C. Promosi	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2. Tujuan Promosi	Error! Bookmark not defined.
3. Promosi dalam Perspektif Islam	Error! Bookmark not defined.
4. Bauran Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
5. Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
6. Karakteristik Promosi Penjualan.....	Error! Bookmark not defined.
D. <i>Electronic Commerce (E-Commerce)</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
2. Klasifikasi <i>E-Commerce</i>	Error! Bookmark not defined.
3. <i>E-commerce</i> dalam Perspektif Islam.....	Error! Bookmark not defined.
E. <i>Cashback</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi <i>Cashback</i>	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Cashback</i> dalam Perspektif Islam	Error! Bookmark not defined.
3. Indikator <i>Cashback</i>	Error! Bookmark not defined.
F. <i>Flash Sale</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian <i>Flash Sale</i>	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Flash sale</i> dalam Perspektif Islam	Error! Bookmark not defined.
3. Indikator <i>Flash Sale</i>	Error! Bookmark not defined.
G. <i>Tagline</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Definsi <i>Tagline</i>	Error! Bookmark not defined.

3. Indikator <i>Tagline</i>	Error! Bookmark not defined.
4. Gratis Ongkir	Error! Bookmark not defined.
H. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
I. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
J. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan data.....	Error! Bookmark not defined.
F. Tahap Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
G. Defenisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
1. Variabel Independen (Bebas).....	Error! Bookmark not defined.
2. Variabel Dependen (Terikat)	Error! Bookmark not defined.
H. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2. Visi dan Misi Shopee	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.

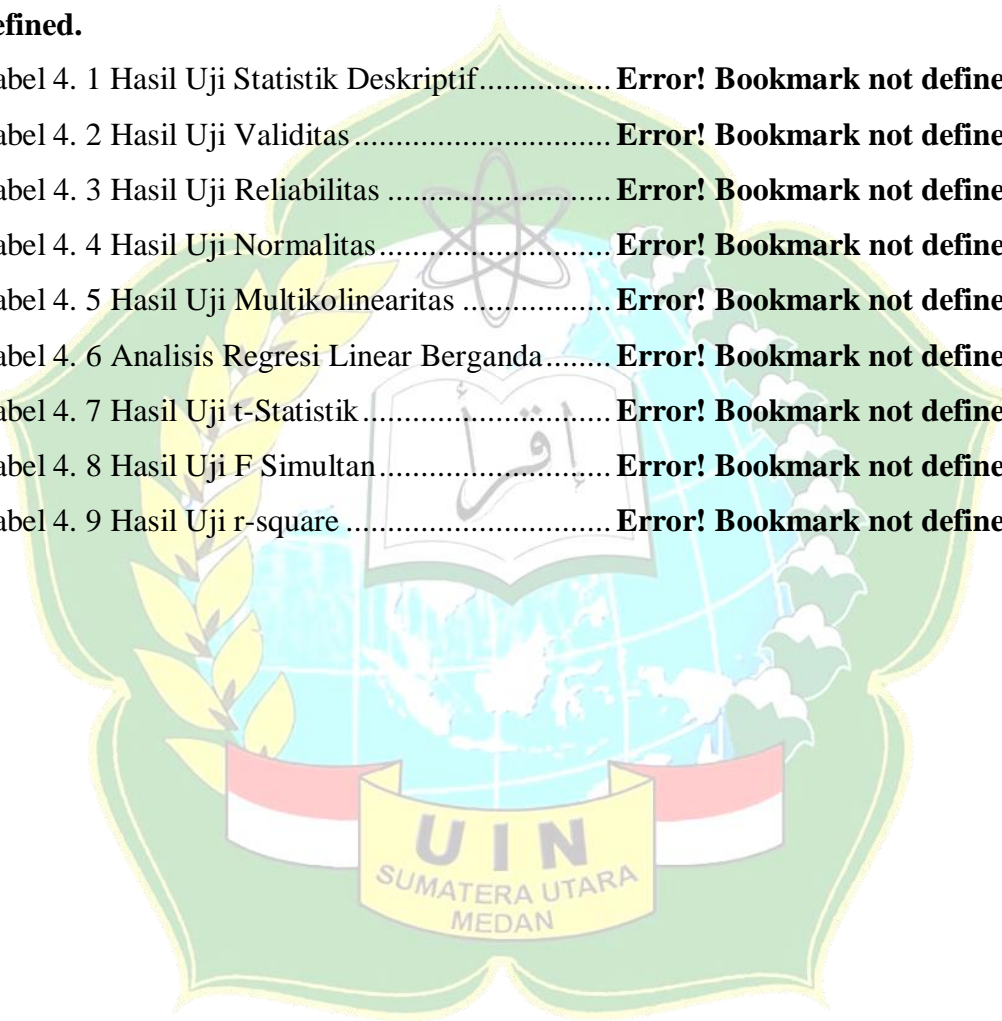
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
5. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
B. Pembahasan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh <i>Cashback</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Konsumen Generasi Z Pengguna Shopee	Error! Bookmark not defined.
2. Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Konsumen Generasi Z Pengguna Shopee	Error! Bookmark not defined.
3. Pengaruh <i>Tagline</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> Konsumen Generasi Z Pengguna Shopee	Error! Bookmark not defined.
4. Pengaruh <i>Cashback</i> , <i>Flash Sale</i> , dan <i>Tagline</i> Gratis Ongkir Terhadap <i>Impulse Buying</i> Konsumen Generasi Z Pengguna Shopee	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.





DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahului.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Daftar Mahasiswa Aktif UINSU	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Variabel Bebas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Variabel Terikat	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Hasil Uji t-Statistik.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Hasil Uji F Simultan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Hasil Uji r-square	Error! Bookmark not defined.





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proyeksi Penjualan E-commerce di Asia Tenggara Pada 2021 **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Gratis Ongkir Menjadi Faktor Utama yang Digemari Konsumen **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Logo Shopee **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Grafik Plot Uji Normalitas **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas **Error! Bookmark not defined.**

