

INTISARI

PENGARUH *FLASHSALE*, *CASHBACK* DAN *KUPON GRATIS ONGKOS KIRIM* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA SHOPEE (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)

Oleh
Novia Candra Dewi
182304024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Flashsale*, *Cashback* dan kupon gratis ongkos kirim terhadap pembelian impulsif pengguna Shopee Prodi Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penarikan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Peneliti menetapkan sampel dalam penelitian ini yaitu 100 reponden pengguna Shopee Prodi Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dengan menggunakan rumus dari Slovin. Analisis data pada penelitian ini adalah menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh kesimpulan bahwa variabel *Flashsale* dan kupon gratis ongkos kirim secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif, sedangkan variabel *Cashback* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pembelian impulsif. *Flashsale*, *Cashback* dan kupon gratis ongkos kirim secara simultan berpengaruh positif dan signifikan pembelian impulsif. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup erat antara *Flashsale*, *Cashback* dan kupon gratis ongkos kirim terhadap pembelian impulsif dengan nilai R sebesar 0,749. Melalui nilai adjusted R square juga diketahui bahwa variabel *Flashsale*, *Cashback* dan kupon gratis ongkos kirim berkontribusi sebesar 54,7% terhadap variabel pembelian impulsif sedangkan sisanya sebesar 45,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini

Kata Kunci: *Flashsale*, *Cashback*, Kupon Gratis Ongkos Kirim Pembelian Impulsif

ABSTRACT

THE EFFECT FLASHSALE, CASHBACK AND COUPONS ON IMPULSIVE PURCHASES OF SHOPEE USERS

(Case Study of Management Students at Jenderal Achmad Yani Yogyakarta University)

By

Novia Candra Dewi

182304024

This study aims to determine the effect of flashsale, cashback and free shipping coupons on impulsive purchases of Shopee users in the Management Study Program, Jenderal Achmad Yani Yogyakarta University, either partially or simultaneously. This type of research is quantitative research with sampling technique using purposive sampling method. The researcher set the sample in this study, namely 100 respondents who were Shopee users in the Management Study Program, Jenderal Achmad Yani Yogyakarta University using the formula from Slovin. Data analysis in this study was using the SPSS program. Based on the results of research that has been carried out, it can be concluded that the flashsale and free shipping coupons partially have a positive effect on impulsive purchases, while the cashback has no effect on impulsive purchases. Flashsale, cashback and free shipping coupons simultaneously affect impulsive buying. The coefficient of determination test shows that there is a fairly close relationship between flashsale, cashback and free shipping coupons on impulse purchases with an R value of 0.749. Through the adjusted R square value, it is also known that the flashsale, cashback and free postage coupons contribute 56.1% to the impulsive buying variable while the remaining 43.9% is influenced by other variables not discussed in this study.

Keywords: Flashsale, Cashback, Free Shipping Coupon, Impulsive Purchase