

PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *FLASH SALE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *E-COMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

IIP NASIHAH

NIM. 2008204013

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1445 H / 2024 M

PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *FLASH SALE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *E-COMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1445 H / 2024 M

ABSTRAK

Lip Nasihah, NIM: 2008204013, “PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *FLASH SALE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”. 2024

Perkembangan teknologi dan komunikasi pada saat ini sudah mengalami peningkatan sehingga memberi kemudahan kepada pengguna untuk mengaksesnya, kemudahan dalam penggunaan teknologi dapat merubah perilaku pembelian konsumen salah satunya Impulse Buying, impulsive buying pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon dapat dipengaruhi beberapa faktor, dalam penelitian ini faktor yang diduga mempunyai pengaruh terhadap impulsive buying dalam e-commerce shopee pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon adalah promosi gratis ongkir dan Flash sale.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Promosi gratis ongkir terhadap impulsive buying dengan flash sale sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan penentuan sampel menggunakan Teknik *purposive sampling* dengan rumus *Taro Yamane* berjumlah 100 mahasiswa, dengan analisis jalur (path analysis) menggunakan bantuan dari *software IBM Statistic SPSS* versi 26.

Hasil penelitian ini yaitu bahwa promosi gratis ongkir tidak berpengaruh langsung dan signifikan terhadap impulsive buying, kemudian promosi gratis ongkir memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap flash sale, dan flash sale memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap impulsive buying. Secara simultan promosi gratis ongkir berpengaruh terhadap Impulsive Buying melalui flash sale sebagai variabel intervening.

Kata kunci: Promosi Gratis Ongkir, *Flash Sale*, *Impulsive Buying*, Shopee

ABSTRACT

Iip Nasihah, NIM: 2008204013, “*THE EFFECT OF FREE SHIPPING PROMOTIONS ON IMPULSIVE BUYING WITH FLASH SALES AS AN INTERVENING VARIABLE IN SHOPEE E-COMMERCE ON STUDENTS OF IAIN SHEIKH NURJATI CIREBON*”. 2024

The development of technology and communication at this time has increased so as to provide convenience to users to access it, the ease of using technology can change consumer purchasing behavior, one of which is Impulse Buying, impulsive buying in students of IAIN Sheikh Nurjati Cirebon can be influenced by several factors, in this study the factors that are thought to have an influence on impulsive buying in e-commerce shopee at IAIN Sheikh Nurjati Cirebon students are free shipping promotions and Flash sales.

This study aims to determine whether or not there is an effect of free shipping promotions on impulsive buying with flash sales as an intervening variable. This type of research is research with a quantitative approach and uses data collection techniques through questionnaires. The population in this study were students of IAIN Sheikh Nurjati Cirebon with the determination of the sample using purposive sampling technique with the Taro Yamane formula. totaling 100 students, with path analysis using the help of IBM Statistic SPSS version 26 software.

The results of this study are that free shipping promotions have no direct and significant effect on impulsive buying, then free shipping promotions have a direct and significant effect on flash sales, and flash sales have a direct and significant effect on impulsive buying. Simultaneously, free shipping promotions affect Impulsive Buying through flash sales as an intervening variable.

Keywords: *Free Shipping Promotion, Flash Sale, Impulsive Buying, Shopee*



المخلص

مهيسانديا إ NIM: 2008204013، "تأثير عروض الشحن المجانية على الشراء المنفذ مع البيع السريع كمتغير متداخل في متجر التجارة الإلكترونية على طلاب IAIN SYEKH NURJATI CIREBON". 2024

قد زاد تطور التكنولوجيا والاتصالات في هذا الوقت من أجل توفير الراحة للمستخدمين للوصول إليها، وسهولة استخدام التكنولوجيا يمكن أن تغير سلوك الشراء لدى المستهلك، وأحدها الشراء الاندفاعي، ويمكن أن يتأثر الشراء الاندفاعي لدى طلاب معهد IAIN الشيخ نورجاتي سيربيون بعدة عوامل، في هذه الدراسة العوامل التي يُعتقد أن لها تأثير على الشراء الاندفاعي لدى طلاب التجارة الإلكترونية في معهد IAIN الشيخ نورجاتي سيربيون هي عروض الشحن المجاني ومبيعات الفلاش. والغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كان تأثير عروض الشحن المجاني على الشراء الاندفاعي مع المبيعات السريعة كمتغير متدخل أم لا.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كان هناك تأثير لعروض الشحن المجاني على الشراء الاندفاعي مع وجود مبيعات سريعة كمتغير متدخل أم لا. هذا النوع من البحوث هو بحث ذو منهج كمي ويستخدم تقنيات جمع البيانات من خلال الاستبيانات. كان السكان في هذه الدراسة هم طلاب معهد IAIN الشيخ نورجاتي سيربيون مع تحديد العينة باستخدام تقنية أخذ العينات الانتقائية باستخدام صيغة تارو يا ما ني. 100 طالب، مع تحليل المسار باستخدام برنامج IBM الإحصائي SPSS الإصدار 26.

وتتلخص نتائج هذه الدراسة في أن عروض الشحن المجاني ليس لها تأثير مباشر وهام على الشراء الاندفاعي، ثم إن عروض الشحن المجاني لها تأثير مباشر وهام على المبيعات السريعة، والمبيعات السريعة لها تأثير مباشر وهام على الشراء الاندفاعي. وفي الوقت نفسه، تؤثر عروض الشحن المجاني الترويجية على الشراء المنفذ من خلال المبيعات السريعة كمتغير متدخل.

الكلمات البحث: ترويج الشحن المجاني، البيع السريع، الشراء المنفذ، *Shopee*

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *FLASH SALE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *E-COMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA IAIN SYEKH

NURJATI CIREBON

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh:

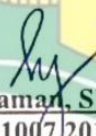
Iip Nasihah


NIM: 2008204013

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Lavaman, SE., M.Si.
NIP. 19721007201101 1 002


Prof. Dr. H. Aan Jaclani, M. Ag
NIP. 19750601200501 1 008

Mengetahui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



H. A. Otong Bachomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb.


Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/I Iip Nasihah, NIM: 2008204013, dengan judul, **"PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *FLASH SALE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *E-COMMERCE SHOPEE* PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqsyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Layaman, SE., M.Si.
NIP. 19721007 201101 1 002


Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag
NIP. 19750601200501 1 008

Mengetahui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah




H.A. Otong Bulsthome, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *FLASH SALE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON”, oleh Iip Nasihah, NIM: 2008204013, telah diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 10 Juni 2024.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon



Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang Sekretaris Sidang


H.A. Otong Busthomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022


H. Syaeful Bakhri, SE., M. Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I Penguji II


H. Syaeful Bakhri, SE., M. Si
NIP. 19731125 201411 1 002


Yati Haryati, M.Sc
NIP. 19890203 201903 2 009

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Iip Nasihah

NIM : 2008204013

Tempat, tanggal lahir : Cirebon, 31 Oktober 2002

Alamat : Desa Japura Lor, Blok Pahing RT/005 RW/004

Kec. pangenan Kab. Cirebon Jawa Barat

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKIR TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DENGAN *FLASH SALE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA IAIN SYEKH NURJATI CIREBON** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 2024

Saya yang menyatakan



IIP NASIHAH
NIM: 2008204013

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamiin

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

Allah SWT, karena hanya atas izin dan karuniaNya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT sebagai tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a

Saya persembahkan kepada orang tua saya yaitu Bapak Ridwan dan ibu Daswati, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta senantiasa memberikan do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dan orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembaha bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku, terimakasih selalu memberikan kasih sayang kepada saya dari lahir hingga kuliah, perjalanan yang saya lalui hingga saat ini selalu atas doa dan ridho mu. Semoga dengan skripsi ini dan kedepannya saya bisa membahagiakan dan membanggakan bapak dan ibu.

Saya persembakan skripsi ini untuk diri saya sendiri, terimakasih telah berjuang ip, susah dan senang selama perkuliahan hingga skripsi ini telah kamu lalui dengan baik, banyak kenangan yang akan kamu bawa dimasa depan. Terimakasih untuk tidak menyerah dan terus berusaha menggapai mimpi mu, proud of me.

Bapak dan Ibu Dosen pembimbing, penguji dan pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih banyak Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatri di hati.

Kepada kakak saya mba Nurul dan Adik saya Lutfi, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cinta kalian adalah memberikan kobaran semangat yang menggebu, terimakasih dan sayang ku untuk kalian.

Sahabat dan Teman Tersayang, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini. Dengan perjuangan dan kebersamaan kita pasti bisa! Semangat!!

Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT. Akhir kata dengan rasa bangga dan bahagia saya persembahkan karya sederhana dalam bentuk skripsi ini kepada kalian semua orang-orang yang saya sayangi sebagai rasa terima kasih saya atas doa, dukungan dan semangat yang kalian berikan. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk perkembangan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang. Aamiin



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis skripsi ini bernama lengkap Iip Nasihah, lahir di Cirebon pada tanggal 31 Oktober 2002. Penulis merupakan anak keduadari pasangan Bapak Ridwan dan Ibu Daswati. Bertempat di Desa Japura Lor, RT 005/RW 004 Kecamatan Pangenan Kabupaten Cirebon.

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh:

1. MI Nurul Huda Pangenan Tahun 2008-2014
2. MTs Nurul Huda Pangenan Tahun 2014-2017
3. SMA Negeri 1 Lemahabang Tahun 2017-2020

Penulis memiliki hobby membaca komik. Dalam bidang akademiknya penulis melanjutkan program sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Dengan judul skripsi “pengaruh promosi gratis ongkir terhadap impulsive buying dengan flash sale sebagai variabel intervening dalam e-commerce shopee pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon” Dibawah bimbingan Bapak Dr. Layaman, SE., M.Si. selaku Pembimbing I dan bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. selaku pembimbing II.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi Gratis Ongkir Terhadap Impulsive Buying Dengan Flash Sale Sebagai Variabel Intervening Dalam E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon” dengan baik. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) di Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis dengan ketulusan hati, menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, MH, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.i, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak Dr. Layaman, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak perhatian, arahan dan bimbingannya selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak perhatian, arahan dan bimbingannya selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak Abdul Muizz Abdul Wadud Kasyful Anwar, M.Si., selaku pembimbing akademik.

8. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberikan ilmunya dengan ikhlas serta memberikan arahan selama penulis menempuh pendidikan studi di kampus.
9. Kedua orang tua saya tersayang, Bapak Ridwan dan Ibu Daswati, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
10. Kakak dan adik saya tercinta, mba Nurul dan Lutfi, terima kasih atas doa dan segala dukungan.
11. Untuk keluarga besar saya yang memberikan dukungan kepada saya.
12. Seluruh mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah berpartisipasi menjadi Responden untuk membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi Kuesioner penelitian.
13. Untuk seluruh sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan semangat dan motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
14. Untuk teman-teman angkatan 2020 terkhusus Ekonomi Syariah A yang telah kebersamai penulis selama duduk dibangku perkuliahan hingga pada selesainya tugas akhir ini.
15. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah kebersamai pada masa perkuliahan serta saat penulis menyusun skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Cirebon, 1 Mei 2024

Penulis,
Iip Nasihah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
<i>المخلص</i>	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan	8
BAB II	10
LANDASAN TEORI	10
A. Kajian teori	10
1. Pemasaran	10
2. Promosi gratis ongkir	11
3. Promosi penjualan (<i>Flash Sale</i>)	12
4. <i>Impulsive Buying</i>	13
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Penelitian	19

BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
A. Jenis penelitian dan sumber data	23
1. Lokasi dan Waktu penelitian	23
2. Jenis dan pendekatan Penelitian.....	23
3. Sumber Data	23
B. Instrument dan Teknik Pengumpulan Data	24
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	25
a. Populasi	25
b. Sampel dan Teknik Sampling	26
D. Definisi Operasional	27
1. Promosi gratis ongkir	27
2. Promosi penjualan (<i>Flash Sale</i>)	28
3. <i>Impulsive Buying</i>	29
E. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Instrumen Penelitian.....	34
2. Uji Asumsi Klasik.....	35
3. Uji Hipotesis	36
4. Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	37
BAB IV	39
PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
1. Profil IAIN Syekh Nurjati Cirebon	39
2. Profil E-commerce Shopee.....	40
B. Deskripsi identitas responden	41
1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	42
3. Karakteristik Responden berdasarkan Fakultas	43
4. Karakteristik Responden berdasarkan semester	43
5. Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku perbulan.....	44
6. Karakteristik responden berdasarkan Pembelian di e-commerce shopee perbulan	44
C. Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian	45
D. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	46

1. Variabel Promosi Gratis Ongkir (X)	47
2. Variabel <i>Flash Sale</i> (Z)	48
3. Variabel <i>Impulsive Buying</i> (Y).....	49
E. Analisis Data	51
1. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	51
2. Hasil Uji Asumsi Klasik	53
3. Path Analisis (Analisis Jalur)	61
4. Hasil Uji Hipotesis	65
5. Pembahasan	70
BAB V.....	74
PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

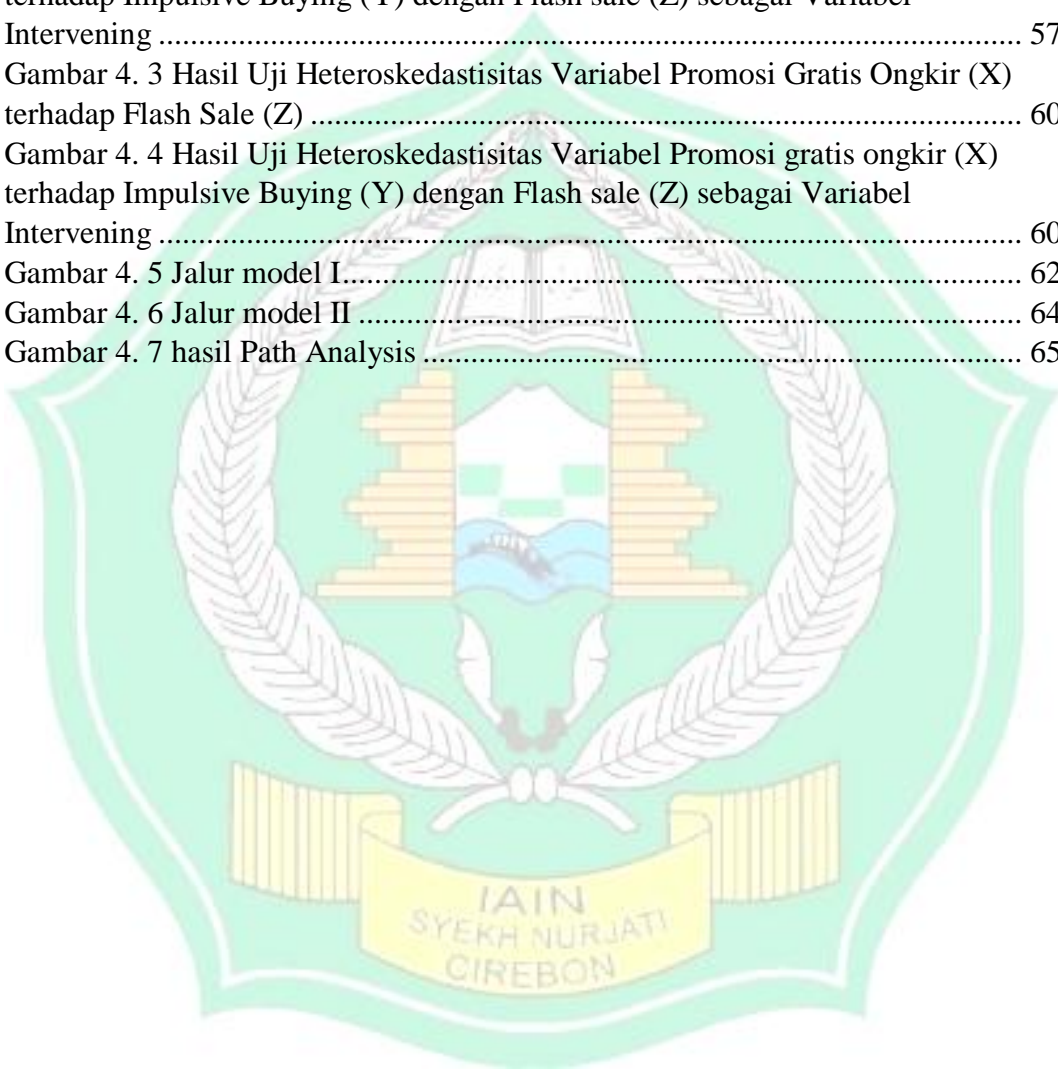


DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pedoman skala likert	25
Tabel 3. 2 Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun 2022	25
Tabel 3. 3 penentuan jumlah sampel mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon....	27
Tabel 3. 4 Operasional Variabel.....	30
Tabel 4. 1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	42
Tabel 4. 2 karakteristik responden berdasarkan usia	42
Tabel 4. 3 karakteristik responden berdasarkan fakultas	43
Tabel 4. 4 karakteristik responden berdasarkan semester	43
Tabel 4. 5 karakteristik responden berdasarkan uang saku perbulan.....	44
Tabel 4. 6 karakteristik responden berdasarkan Pembelian di e-commerce shopee perbulan.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	46
Tabel 4. 8 interval skala	47
Tabel 4. 9 Promosi Gratis Ongkir (X).....	47
Tabel 4. 10 Flash Sale (Z)	48
Tabel 4. 11 Impulsive Buying (Y)	50
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Variabel Promosi Gratis Ongkir (X) terhadap Flash Sale (Z)	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Variabel Promosi Gratis Ongkir (X) terhadap Impulsive Buying (Y) dengan Flash sale (Z) sebagai Variabel Intervening.....	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Promosi Gratis Ongkir (X) Terhadap Flash Sale (Z)	58
Tabel 4. 17 hasil uji multikolinearitas variabel Promosi Gratis Ongkir (X) terhadap Impulsive Buying (Y) dengan Flash Sale (Z) sebagai variabel intervening:	58
Tabel 4. 18 Coefficients Hasil Uji Regresi Model I.....	61
Tabel 4. 19 Model Summary Hasil Uji Regresi Model I	61
Tabel 4. 20 Coefficients Hasil Uji Regresi Model II	62
Tabel 4. 21 Model Summary Hasil Uji Regresi Model II.....	63
Tabel 4. 22 hasil Uji F model I	68
Tabel 4. 23 hasil Uji F model II	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Estimasi Transaksi E-Commerce di Indonesia (2021-2025).....	2
Gambar 1. 2 E-Commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia 2023.....	3
Gambar 1. 3 Faktor pendorong pembelian produk online	4
Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran	22
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Grafik Variabel Promosi Gratis Ongkir (X) terhadap Flash Sale (Z)	55
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Grafik Variabel Promosi Gratis Ongkir (X) terhadap Impulsive Buying (Y) dengan Flash sale (Z) sebagai Variabel Intervening	57
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Promosi Gratis Ongkir (X) terhadap Flash Sale (Z)	60
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Promosi gratis ongkir (X) terhadap Impulsive Buying (Y) dengan Flash sale (Z) sebagai Variabel Intervening	60
Gambar 4. 5 Jalur model I.....	62
Gambar 4. 6 Jalur model II	64
Gambar 4. 7 hasil Path Analysis	65



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	a	a
◌ِ	Kasrah	i	i
◌ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَا	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وَا	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...آ...أ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...إ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...ؤ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu *ال*, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- سَيَّئُ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan

huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- اللَّهُ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

