

**PENGARUH *CASHBACK*, *FLASH SALE*,  
DAN GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP MINAT BELI  
PADA *EVENT TWIN DATE SHOPEE*  
DI KALANGAN MAHASISWA FEBM UMRAH**

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**NADZIFA UMMU NUR SYAHIDAH  
NIM: 2104020092**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM  
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI  
TANJUNGPINANG  
2025**

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nadzifa Ummu Nur Syahidah  
NIM : 2104020092  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Cashback*, *Flash Sale*, dan *Gratis Ongkos Kirim* Terhadap Minat Beli Pada *Event Twin Date* Shopee di Kalangan Mahasiswa FEBM UMRAH

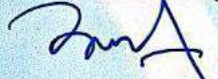
Dosen Pembimbing I



Bunga Paramita, S.E., M.Si  
NIP. 198401122024212016

Menyertujui,

Dosen Pembimbing II



Edinur Ilham, S.E., M.E  
NIP. 199103072022031006

### Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Abdul Jalal, S.E., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Ketua Penguji		9/8/25
<u>Bunga Paramita, S.E., M.Si</u> NIP. 198401122024212016	Penguji I		5/8/25
<u>Agriend. S. Putra, S.E., M.E</u> NIP. 198906092022031005	Penguji II		5/8-25
<u>Edinur Ilham, S.E., M.E</u> NIP. 199103072022031006	Penguji III		05/08/25
<u>Indra Firdiyansyah, S.E., M.Si</u> NIP. 198902122022031006	Penguji IV		5/8-25

Tanggal Lulus: 04 Agustus 2025

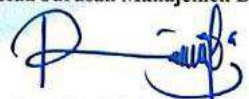
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Maritim



Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si  
NIP. 198207032015042001

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis



Risdv Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si  
NIP. 199012132018032001

## LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Nadzifa Ummu Nur Syahidah  
NIM : 2104020092  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Cashback*, *Flash Sale*, dan *Gratis Ongkos Kirim*  
Terhadap Minat Beli Pada *Event Twin Date* Shopee di  
Kalangan Mahasiswa FEBM UMRAH

Disetujui untuk digunakan dalam Sidang Skripsi

Tanjungpinang, 05 Agustus 2025

Menyetujui

Dosen Pembimbing I


Dosen Pembimbing II

  
Bunga Paramita, S.E., M.Si  
NIP. 198401122024212016

  
Edinur Ilham, S.E., M.E  
NIP. 199103072022031006

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Universitas Maritim Raja Ali Haji

  
Ezky Tiwasiningsih, S.E., M.Si  
NIP. 199202052022032010

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadzifa Ummu Nur Syahidah  
NIM : 2104020092  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim  
Judul Skripsi : Pengaruh *Cashback*, *Flash Sale*, dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Pada *Event Twin Date Shoppe* di Kalangan Mahasiswa FEBM UMRAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 05 Agustus 2025  
Yang membuat pernyataan,

  
METERAI  
TEMPEL  
#B:07ANX405012364  
**Nadzifa Ummu Nur Syahidah**  
NIM. 2104020092

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ditunjukkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Cashback*, *Flash Sale*, dan *Gratis Ongkos Kirim* Terhadap Minat Beli Pada *Event Twin Date* di Kalangan Mahasiswa FEBM UMRAH”**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sehubungan dengan selesainya skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi., DEA, sebagai Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Ibu Dr. Myrna Sofia, S.E., M.Si sebagai Dekan, Bapak Indra Firdiyansyah, S.E., M.Si sebagai Wakil Dekan I, dan Ibu Nur Bayti, S.I.Kom., M.E sebagai Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim.
3. Ibu Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si, sebagai Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim.
4. Ibu Iranita S.E., M.Si sebagai Dosen Pengampu serta Ibu Bunga Paramita, S.E, M.Si dan Bapak Edinur Ilham., SE., M.E sebagai Dosen Pembimbing Skripsi I dan II.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan, serta Staff

Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim yang telah membantu proses administrasi selama masa perkuliahan.

6. Ayahanda dan Ibunda penulis, Bapak Wastadi dan Ibu Sutini yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi. Serta kedua adik tercinta, Ali Yaffie dan Tsabita Hasna yang menjadi dorongan semangat penulis.
7. Ayahanda dan Ibunda dari Putri Puspita Sari Gorang yang banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. Sahabat “Ambisius Genk” Putri Puspita, Serly Efriyani, Wulan Permata, Siska Novianti, Rosi Sapitri, Andika Surya, dan Hikmal Akhbar yang telah menemani dan berbagi banyak hal bersama penulis selama 4 tahun masa perkuliahan.
9. Sahabat “Manap Squad” Putri Octaviani, Jesicca Putri, Tri Andini, Nabilla Pasya, Aisyah Halimi, dan Farah Ayudya yang menjadi sumber tertawa penulis karena “jokes uniknya”.
10. Sahabat “Darjo” Salshafa Caesa, Ike Janiazahra, Yulian Sekti, dan Sanjaya yang menjadi “bagian singkat terfavorite” dan banyak membantu penulis selama magang di Surabaya. Serta seluruh keluarga besar PT. Otak Kanan yang telah mengajarkan ilmu *Digital Marketing* selama MSIB *Batch 7* tahun 2024.
11. Keluarga Besar PMM (Pertukaran Mahasiswa Merdeka) Universitas Airlangga Tahun 2023 yang membuat penulis produktif dalam hal akademik maupun non akademik.
12. Seluruh Teman-Teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Angkatan 2021 yang menemani proses belajar dan berbagi informasi selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir (Skripsi) dapat bermanfaat bagi kita semua.

Tanjungpinang, 14 Maret 2025



Nadzifa Ummu Nur Syahidah



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>II</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>V</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XVI</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XVIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Minat Beli .....	13
2.1.1.1 Definisi Minat Beli.....	13

2.1.1.2	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Beli .....	14
2.1.1.3	Indikator Minat Beli.....	14
2.1.2	<i>Cashback</i> .....	15
2.1.2.1	Definisi <i>Cashback</i> .....	15
2.1.2.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Cashback</i> .....	16
2.1.2.3	Indikator <i>Cashback</i> .....	17
2.1.3	<i>Flash Sale</i> .....	17
2.1.3.1	Definisi <i>Flash Sale</i> .....	17
2.1.3.2	Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>Flash Sale</i> .....	18
2.1.3.3	Indikator <i>Flash Sale</i> .....	19
2.1.4	Gratis Ongkos Kirim.....	19
2.1.4.1	Definisi Gratis Ongkos Kirim .....	19
2.1.4.2	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Gratis Ongkos Kirim.....	20
2.1.4.3	Indikator Gratis Ongkos Kirim .....	21
2.2	Review Penelitian Terdahulu .....	21
2.3	Kerangka Pemikiran .....	24
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	25
2.4.1	Pengaruh <i>Cashback</i> Terhadap Minat Beli.....	25
2.4.2	Pengaruh <i>Flash sale</i> Terhadap Minat Beli.....	25
2.4.3	Pengaruh Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli.....	26
2.4.4	Pengaruh <i>Cashback</i> , <i>Flash Sale</i> , dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli .....	26
2.5	Hipotesis.....	27

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	28
3.3.1 Variabel Independen .....	29
3.3.2 Variabel Dependen.....	29
3.4 Metode Penentuan Populasi atau Sampel.....	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sampel.....	32
3.5 Prosedur Pengumpulan Data .....	33
3.5.1 Data Primer .....	34
3.5.2 Data Sekunder.....	34
3.6 Metode Analisis.....	35
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	35
3.6.2.1 Uji Validitas .....	35
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.3.1 Uji Normalitas .....	36
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas .....	36
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	36
3.6.4 Uji Hipotesis .....	37
3.6.4.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	37

3.6.4.2 Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan Shopee .....	39
4.2 Distribusi Responden .....	41
4.3 Gambaran Umum Responden.....	41
4.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Program Studi.....	43
4.3.4 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja .....	43
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
4.4.1 Variabel <i>Cashback</i> .....	44
4.4.2 Variabel <i>Flash Sale</i> .....	45
4.4.3 Variabel Gratis Ongkos Kirim.....	47
4.4.4 Variabel Minat Beli .....	49
4.5 Hasil Penelitian.....	50
4.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	50
4.5.2 Uji Kualitas Data.....	51
4.5.2.1 Uji Validitas .....	51
4.5.2.1.1 Uji Validitas <i>Cashback</i> .....	52
4.5.2.1.2 Uji Validitas <i>Flash Sale</i> .....	52
4.5.2.1.3 Uji Validitas Gratis Ongkos Kirim.....	53
4.5.2.1.4 Uji Validitas Minat Beli .....	53
4.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	54

4.5.2.2.1 Uji Reliabilitas <i>Cashback</i> .....	54
4.5.2.2.2 Uji Reliabilitas <i>Flash Sale</i> .....	54
4.5.2.2.3 Uji Reliabilitas Gratis Ongkos Kirim .....	55
4.5.2.2.4 Uji Reliabilitas Minat Beli .....	55
4.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	55
4.5.3.1 Uji Normalitas .....	55
4.5.3.2 Uji Multikolinearitas .....	57
4.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	59
4.5.5 Uji Hipotesis .....	61
4.5.5.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	61
4.5.5.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) .....	63
4.5.6 Analisis Koefisien Determinasi .....	64
4.6 Pembahasan Penelitian .....	65
4.6.1 Pengaruh <i>Cashback</i> Terhadap Minat Beli .....	65
4.6.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Minat Beli .....	66
4.6.3 Pengaruh Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli .....	67
4.6.4 Pengaruh <i>Cashback</i> , <i>Flash Sale</i> , dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>

**LAMPIRAN.....79**

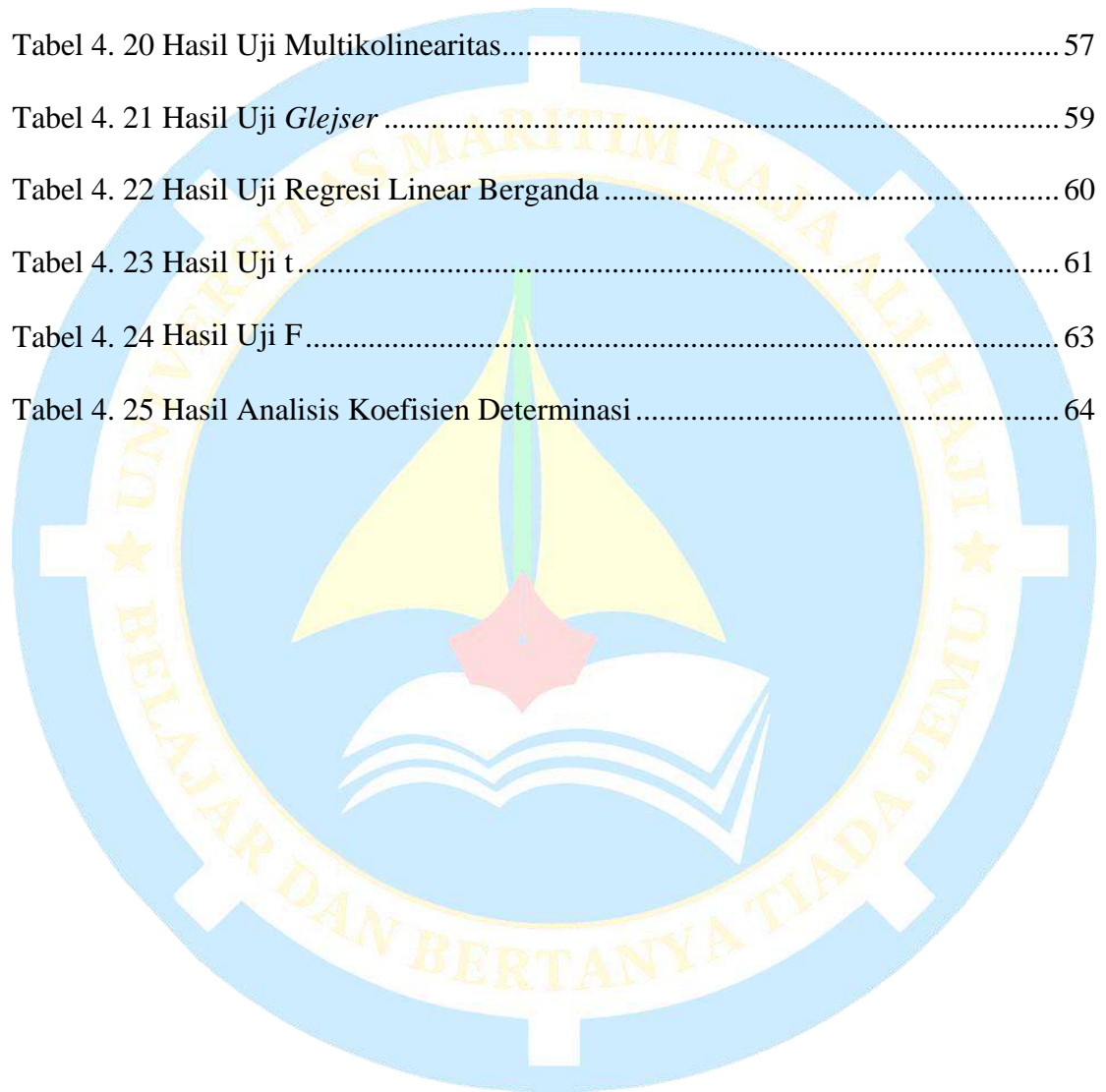
**RIWAYAT HIDUP.....121**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1	Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2024 .....	3
Tabel 2. 1	Review Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 3. 2	Jumlah Mahasiswa FEBM UMRAH .....	32
Tabel 3. 3	<i>Skala Likert</i> .....	34
Tabel 4. 1	Data Distribusi Responden.....	41
Tabel 4. 2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 3	Responden Berdasarkan Usia .....	42
Tabel 4. 4	Responden Berdasarkan Program Studi.....	43
Tabel 4. 5	Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja.....	43
Tabel 4. 6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Cashback</i> .....	44
Tabel 4. 7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Flash Sale</i> .....	46
Tabel 4. 8	Tanggapan Responder terhadap Gratis Ongkos Kirim .....	47
Tabel 4. 9	Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli.....	49
Tabel 4. 10	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas <i>Cashback</i> .....	52
Tabel 4. 12	Hasil Uji Validitas <i>Flash Sale</i> .....	52
Tabel 4. 13	Hasil Uji Validitas Gratis Ongkos Kirim .....	53
Tabel 4. 14	Hasil Uji Validitas Minat Beli .....	53
Tabel 4. 15	Hasil Reliabilitas Variabel <i>Cashback</i> .....	54

Tabel 4. 16 Hasil Reliabilitas Variabel <i>Flash Sale</i> .....	54
Tabel 4. 17 Hasil Reliabilitas Variabel Gratis Ongkos Kirim.....	55
Tabel 4. 18 Hasil Reliabilitas Variabel Minat Beli.....	55
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> .....	57
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....	59
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	60
Tabel 4. 23 Hasil Uji t.....	61
Tabel 4. 24 Hasil Uji F.....	63
Tabel 4. 25 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	64



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4. 1	Logo Shopee.....	39
Gambar 4. 2	Jumlah Unduhan Aplikasi Shopee .....	40
Gambar 4. 3	Hasil Grafik Histogram .....	56
Gambar 4. 4	Hasil Grafik <i>P-Plot</i> .....	56
Gambar 4. 5	Hasil Uji Grafik <i>Scatterplot</i> .....	58
Gambar 4. 6	Hasil Penelitian .....	65

