

***FLASH SALE* DAN GRATIS ONGKOS KIRIM: PENGARUHNYA
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA *E-COMMERCE*
TOKOPEDIA
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMIKA DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG)**

SKRIPSI

Memenuhi Persyaratan
untuk Mencapai Derajat Sarjana S-1
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:
ADZIM DWI NUGROHO
NPM. 191003612011887

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG
2026**

**FLASH SALE DAN GRATIS ONGKOS KIRIM: PENGARUHNYA
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA E-COMMERCE
TOKOPEDIA
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMIKA DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG)**

Yang Dipersiapkan dan disusun oleh

ADZIM DWI NUGROHO

NPM. 191003612011887

Telah disetujui oleh pembimbing

Pada tanggal April 2026

Amsar, SH., MM.

Penguji 1

Dr. Sulistiyani, SE., MM.

Pembimbing

Dra. Suparmi, SE.MM.

Penguji 2

Semarang, April 2026

Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Dekan

Prof. Dr. Dra. Hikmah, SE.M.Si.

NIDN 0622106701

HALAMAN PERUNTUKAN DAN MOTTO

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT atas segala berkah dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat melalui dan menyelesaikan skripsi dengan kemudahan yang diberikan.
2. Kedua orang tua yang selalu mendukung dan mendo'akan penulis dalam hal apapun.
3. Sabila Ayu Rizki yang selalu mendukung dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Motto:

Dum spiro, spero

Judul : *Flash Sale* dan Gratis Ongkos Kirim: Pengaruhnya terhadap *Impulse Buying* pada *E-commerce* Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang)

Title : *Flash Sale and Free Shipping: Their Impact on Impulse Buying on Tokopedia E-commerce (Case Study of Students of the Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945 Semarang)*

Nama : Adzim Dwi Nugroho

NPM : 191003612011887

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku belanja masyarakat dari konvensional menjadi digital. Fenomena *impulse buying* menjadi salah satu dampak yang menonjol di platform *e-commerce* seperti Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *Flash Sale* dan Gratis Ongkos Kirim terhadap *Impulse Buying* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang yang pernah melakukan transaksi di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda melalui perangkat lunak SPSS 21.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: (1) *Flash Sale* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying*, hal ini dikarenakan adanya tekanan waktu (*time limit*) yang menciptakan rasa urgensi bagi konsumen. (2) Gratis Ongkos Kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulse Buying* karena mengurangi hambatan biaya psikologis saat bertransaksi. Secara simultan, variabel *Flash Sale* dan Gratis Ongkos Kirim berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang sebesar 78,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Flash Sale*, Gratis Ongkos Kirim, *Impulse Buying*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “*Flash Sale* dan Gratis Ongkos Kirim: Pengaruhnya terhadap *Impulse buying* pada *E-Commerce* Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang)”

Tujuan penulisan skripsi adalah untuk memenuhi persyaratan guna mencapai derajat sarjana S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. Mulai dari perencanaan sampai dengan penyelesaian skripsi, penulis telah banyak mendapatkan bantuan – bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Prof. Dr. Dra. Hikmah, SE.M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
2. Bapak Drs. Galuh Juniarto, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
3. Ibu Dr. Sulistiyani, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan, sehingga dapat menyelesaikan proposal ini.
4. Bapak Amsar, SH., MM. selaku dosen penguji, atas segala saran, kritik, dan masukan yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.
5. Ibu Suparmi, SE., MM. selaku dosen penguji, atas segala saran, kritik, dan masukan yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu, selama penulis kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu memberi doa dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang juga memberikan bantuan kepada penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan. Akhirnya semoga skripsi ini ada manfaatnya.

Semarang, April 2026

Penulis,

ADZIM DWI NUGROHO

DAFTAR ISI

HALAMAN PERUNTUKAN DAN MOTTO	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	I-1
1.1. Latar Belakang Penelitian	I-1
1.2. Rumusan Masalah	I-9
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	I-9
1.4. Tujuan Penelitian	I-10
1.5. Manfaat Penelitian	I-10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	I-10
1.5.2 Manfaat Praktis	I-10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	II-1
2.1 Telaah Teori	II-1
2.1.1 Grand Theory	II-1
2.1.2 Variabel Penelitian.....	II-11
2.2 Penelitian Terdahulu	II-21
2.3 Kerangka Penelitian Teoritis dan Rumusan Hipotesis.....	II-23
2.3.1 Pengaruh Flash Sale terhadap <i>Impulse Buying</i>	II-23
2.3.2 Pengaruh Gratis Ongkos Kirim terhadap <i>Impulse Buying</i>	II-24
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	III-1
3.1 Populasi dan Sampel	III-1

3.1.1	Populasi.....	III-1
3.1.2	Sampel	III-1
3.2	Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	III-3
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	III-4
3.4	Pengujian Instrumen Penelitian	III-5
3.4.1	Uji Validitas.....	III-5
3.4.2	Uji Realibitas	III-6
3.5	Teknik Analisis Data.....	III-7
3.5.1	Analisis Deskripsi	III-7
3.5.2	Analisis Hasil Penelitian.....	III-8
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	IV-1
4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	IV-1
4.1.1	Deskriptif Responden	IV-1
4.2	Analisis Hasil Penelitian	IV-3
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	IV-3
4.2.2	Uji Regresi Linear Berganda	IV-9
4.2.3	Uji Normalitas.....	IV-10
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	IV-11
4.2.5	Uji Model.....	IV-12
4.2.6	Uji Hipotesis	IV-13
4.3	Pembahasan.....	IV-15
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
5.1	Kesimpulan	V-1
5.2	Saran	V-1
	DAFTAR PUSTAKA.....	V.1
	LAMPIRAN	3

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tren Pengunjung 5 E-Commerce Terbesar Indonesia	I-2
Gambar 2 Promosi Favorit Konsumen E-Commerce	I-8
Gambar 3 Kerangka Pemikiran Teoritis	II-25

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap	I-9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	II-22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	III-4
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	III-5
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	III-5
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reabilitas.....	III-5
Tabel 4. 1 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	IV-2
Tabel 4. 2 Distribusi Responden berdasarkan Usia	IV-2
Tabel 4. 3 Distribusi Responden berdasarkan Seberapa sering mereka berbelanja.....	IV-3
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap <i>Flash Sale</i>	IV-4
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Gratis Ongkos Kirim	IV-5
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap <i>Impulse Buying</i>	IV-8
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	IV-9
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	IV-10
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	IV-10
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	IV-10
Tabel 4. 11 Perhitungan Koefisien Determinasi	IV-11
Tabel 4. 12 Hasil Uji F.....	IV-11
Tabel 4. 13 Hasil Uji t.....	IV-12
Tabel 4. 14 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	IV-12

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	1
Lampiran 2 Tabulasi Hasil Jawaban Responden	5
Lampiran 3 Hasil Pengolahan SPSS 21	8