

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
PRODUK PAKAIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE  
(Studi Kasus pada Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri)**

**SKRIPSI**

Ditulis Untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E)



**Oleh :**

**Deska Putri Efendi**

**21401177**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI 2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Skripsi dengan Judul**

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK  
PAKAIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE**

**(Studi Kasus pada Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri)**

**Ditulis Oleh**

**DESKA PUTRI EFENDI**

**21401177**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I**



**Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM.**

**NIP. 19771225.200901.2.006**

**Pembimbing II**



**Adin Fadilah, M.E.Sy**

**NIP. 19860310.2019031.007**

**NOTA DINAS**

Kediri, 07 Mei 2025

Nomor :  
Lampiran : 4 berkas  
Perihal : Bimbingan Skripsi

Kepada,

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb

Bersama dengan ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Deska Putri Efendi

NIM : 21401177

Judul : **Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Produk Pakaian di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi ini telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Dengan demikian, agar maklum dan atas ketersediaan bapak atau ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

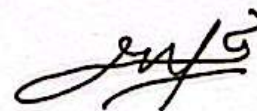
**Pembimbing I**



**Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM.**

NIP. 19771225.200901.2.006

**Pembimbing II**



**Adin Fadilah, M.E.Sy**

NIP. 19860310.2019031.007

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 3 Juni 2025

Nomor :  
Lampiran : 4 berkas  
Perihal : Penyerahan Skripsi

Kepada,

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb

Bersama dengan ini kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Deska Putri Efendi

NIM : 21401177

Judul : **Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Produk Pakaian di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri)**

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 26 Mei 2025, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Dengan demikian, agar maklum dan atas ketersediaan bapak atau ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

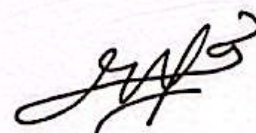
**Pembimbing I**



**Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM.**

NIP. 19771225.200901.2.006

**Pembimbing II**



**Adin Fadilah, M.E.Sy**

NIP. 19860310.2019031.007

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *FLASH SALE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PRODUK  
PAKAIAN DI *E-COMMERCE* SHOPEE**

**(Studi Kasus pada Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri)**

**DESKA PUTRI EFENDI**

**21401177**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 26 Mei 2025.

**1. Penguji Utama**

**Yopi Yudha Utama, S.E., M.S.A.**  
**NIP. 19920622 201903.1.008**

()

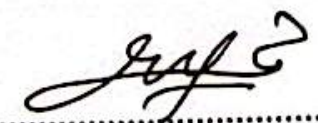
**2. Penguji I**

**Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM.**  
**NIP. 19771225.200901.2.006**

()

**3. Penguji II**

**Adin Fadilah, M.E.Sy**  
**NIP. 19860310.2019031.007**

()

**Kediri, 03 Juni 2025**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Dr. H. Imam Annas Mushlih, MHI.**  
**NIP. 197501011998031002**

## MOTTO

اٰخِرُصِّ عَلَى مَا يَنْفَعُكَ وَاسْتَعِزْ بِاللّٰهِ وَلَا تَعْجِزْ

Artinya: Semangatlah dalam hal yang bermanfaat untukmu, minta tolonglah kepada Allah, dan jangan malas (patah semangat). (HR. Muslim, no. 2664).

Hadis ini menjadi pengingat penting bagi saya sebagai mahasiswa dalam menyelesaikan skripsi. Menekuni hal-hal yang bermanfaat, seperti menuntut ilmu dan menyelesaikan tugas akhir, adalah bagian dari upaya yang bernilai ibadah. Dengan bersungguh-sungguh, tetap semangat, serta senantiasa memohon pertolongan kepada Allah, saya yakin bahwa segala tantangan dalam proses ini bisa dilalui.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

1. Segala puji syukur ke hadirat Allah SWT atas karunia dan kekuatan yang diberikan-Nya sepanjang perjalanan akademik saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai wujud pengabdian dan pencapaian ilmu. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang doanya senantiasa menyertai umatnya dalam menghadapi setiap tantangan
2. Dengan bangga dan penuh rasa terima kasih, saya persembahkan karya ini untuk Bapak Efendi dan Ibu Eny Jatmika, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan kasih sayang tanpa batas. Juga untuk kakak-kakak tercinta, Rendy Refayel Paais, Amillus Sholihah, dan Ni'matul Khoiriyah, terima kasih atas cinta, doa, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti. Kalian adalah inspirasi dan semangat saya dalam menapaki setiap langkah perjalanan ini.
3. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada diri saya sendiri, yang telah membuktikan ketekunan, keberanian, dan semangat pantang menyerah. Terima kasih telah terus maju walau menghadapi berbagai kesulitan dan tetap percaya pada kemampuan diri.
4. Tak lupa teruntuk sahabat-sahabatku Cindy, Rima, Dini, Dina, dan Fadhila, terima kasih telah menemaniku dan memberi semangat, dorongan motivasi dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga kebersamaan kita ini selalu terjaga.

## **PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Deska Putri Efendi

NIM : 21401177

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar tulisan saya dan bukan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya. Apabila dikemudian hari ini terbukti dan dapat dibuktikan bahwa hasil penulisan skripsi saya adalah dari plagiasi baik sebagian atau keseluruhan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 07 Mei 2025



Deska Putri Efendi

## ABSTRAK

DESKA PUTRI EFENDI, Dosen Pembimbing: Dr. Sri Anugrah Natalina, SE, MM dan Adin Fadilah, M.E.Sy : Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Produk Pakaian di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri), Ekonomi Syariah, Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2025.

Kata Kunci: *Flash Sale*, Pembelian Impulsif, *E-Commerce* Shopee.

*Flash sale* merupakan promosi yang sering digunakan oleh bisnis secara *online* di mana penjual memberikan potongan harga besar-besaran pada produk mereka tetapi hanya jangka waktu terbatas untuk menarik minat beli pada masyarakat. Sedangkan pembelian impulsif merupakan pembelian barang dengan tiba-tiba serta spontan tanpa perencanaan untuk belanja. Pembelian ini terjadi setelah konsumen mengalami adanya dorongan untuk membeli, dan sering secara langsung tanpa adanya keraguan. Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif adalah *flash sale*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *flash sale* di E-Commerce Shopee produk pakaian pada Generasi Z Kota Kediri, pembelian impulsif produk pakaian di *E-Commerce* Shopee pada Generasi Z Kota Kediri, serta untuk mengetahui pengaruh *flash sale* terhadap pembelian impulsif produk pakaian di *E-Commerce* Shopee pada Generasi Z Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee Generasi Z pada Kota Kediri dengan usia 20-24 yang melakukan pembelian produk pakaian ketika *flash sale* di *E-Commerce* Shopee dan jumlahnya tidak bisa diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* dan menurut rumus dari Lameshow diperoleh sampel sebanyak 384 responden. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel *flash sale* terhadap pembelian impulsif.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel *flash sale* (X) dan variabel pembelian impulsif (Y) termasuk dalam kategori cukup. Dan persamaan regresi yang terbentuk  $Y = 9,169 + 0,586X$ . Selanjutnya, dari hasil perhitungan uji korelasi *pearson* menunjukkan angka sebesar 0,592 yang berarti berkorelasi sedang. Kemudian berdasarkan uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R square diperoleh sebesar 0,351 atau sebesar 35,1%, artinya variabel *flash sale* dipengaruhi oleh pembelian impulsif. Sedangkan 64,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yaitu faktor terkait produk, kepribadian konsumen, suasana toko, keterlibatan produk, dan psikografi konsumen.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Flash Sale* Terhadap Pembelian Impulsif Produk Pakaian di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri)”.

Sholawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada junjungan umat Islam Nabi Muhammad SAW serta seluruh keluarga, sahabat serta pengikutnya sampai akhir zaman.

Penulis menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan teruntuk kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. H. Dr. Wahidul Anam, M. Ag, selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Mushlihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina, SE., M.M. dan Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan tidak pernah lelah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang berarti dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf IAIN Kediri khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingan dan pelayanan ilmiahnya.
5. Seluruh Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri yang telah membantu memberikan informasi dan data sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak, Ibu, dan Adik-adikku yang selalu mendorong dan memberikan barokah do'a untuk kelancaran skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendo'akan akan penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Kediri, 01 Mei 2025

Penulis

Deska Putri Efendi

NIM. 21401177

## DAFTAR ISI

|                                          |              |
|------------------------------------------|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>               | <b>i</b>     |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>          | <b>ii</b>    |
| <b>NOTA DINAS .....</b>                  | <b>iii</b>   |
| <b>NOTA PEMBIMBING.....</b>              | <b>iv</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>          | <b>v</b>     |
| <b>HALAMAN MOTTO .....</b>               | <b>vi</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>          | <b>vii</b>   |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b> | <b>viii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                     | <b>ix</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>               | <b>x</b>     |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                   | <b>xii</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                | <b>xv</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>               | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>             | <b>xviii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>            | <b>1</b>     |
| A. Latar Belakang.....                   | 1            |
| B. Rumusan Masalah.....                  | 16           |
| C. Tujuan Penelitian.....                | 16           |
| D. Manfaat Penelitian .....              | 16           |
| E. Telaah Pustaka.....                   | 17           |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>       | <b>23</b>    |
| A. Perilaku Konsumen.....                | 23           |

|                                                                                                                                            |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| B. Pembelian Impulsif .....                                                                                                                | 25        |
| C. <i>Flash Sale</i> .....                                                                                                                 | 33        |
| D. Hubungan <i>Flash Sale</i> pada Pembelian Impulsif .....                                                                                | 35        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                                                                                 | <b>37</b> |
| A. Rancangan Penelitian.....                                                                                                               | 37        |
| B. Lokasi Penelitian.....                                                                                                                  | 37        |
| C. Populasi dan Sampel .....                                                                                                               | 38        |
| D. Variabel Penelitian .....                                                                                                               | 40        |
| E. Definisi Operasional.....                                                                                                               | 40        |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....                                                                                                           | 41        |
| G. Instrumen Penelitian .....                                                                                                              | 42        |
| H. Teknik Analisis Data .....                                                                                                              | 42        |
| <b>BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN .....</b>                                                                                      | <b>51</b> |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                                                                                     | 51        |
| B. Deskripsi Responden.....                                                                                                                | 54        |
| C. Deskripsi Data.....                                                                                                                     | 57        |
| D. Analisis Data .....                                                                                                                     | 60        |
| <b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>                                                                                                              | <b>71</b> |
| A. <i>Flash Sale</i> Produk Pakaian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri .....                                      | 71        |
| B. Pembelian Impulsif Produk Pakaian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri .....                                     | 77        |
| C. Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Pembelian Impulsif Produk Pakaian di E-Commerce Shopee pada Generasi Z Usia 20-24 Kota Kediri ..... | 82        |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b>       | <b>85</b>  |
| A. Kesimpulan .....               | 85         |
| B. Saran.....                     | 86         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>        | <b>89</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>              | <b>95</b>  |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b> | <b>123</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Data Pengelompokan Pengguna Internet Berdasarkan Generasi di Indonesia .....                                        | 3  |
| Tabel 1. 2 Toko <i>Online (E-Commerce)</i> Favorit Generasi Z .....                                                            | 4  |
| Tabel 1. 3 <i>Event</i> Shopee Favorit Generasi Z.....                                                                         | 6  |
| Tabel 1. 4 Kota Terkaya di Indonesia Berdasarkan BPS 2021 .....                                                                | 9  |
| Tabel 1. 5 Data Generasi Z Kota Kediri Usia 15-24 Tahun.....                                                                   | 10 |
| Tabel 1. 6 Produk yang dibeli Generasi Z Kota Kediri di <i>E-Commerce</i> Shopee..                                             | 12 |
| Tabel 1. 7 Faktor yang Mempengaruhi Pada Generasi Z Kota Kediri Melakukan Pembelian Impulsif di <i>E-Commerce</i> Shopee ..... | 14 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel <i>Flash Sale</i> .....                                                               | 40 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Pembelian Impulsif .....                                                              | 41 |
| Tabel 3. 3 Rumus Pedoman 5 Kategorisasi Variabel.....                                                                          | 46 |
| Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai <i>R-Squared</i> .....                                                                           | 50 |
| Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin .....                                                                     | 55 |
| Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Menurut Usia .....                                                                              | 55 |
| Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Menurut Status Pekerjaan .....                                                                  | 56 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Flash Sale (X)</i> .....                                                            | 58 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Pembelian Impulsif (Y).....                                                            | 58 |
| Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Flash Sale (X)</i> .....                                                         | 59 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pembelian Impulsif (Y) .....                                                        | 60 |
| Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel.....                                                                                   | 61 |
| Tabel 4. 9 Kategorisasi Variabel <i>Flash Sale (X)</i> .....                                                                   | 62 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4. 10 Kategorisasi Variabel Pembelian Impulsif (Y).....    | 62 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas .....                           | 63 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas .....                           | 65 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Korelasi.....                              | 66 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....             | 67 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....                                     | 69 |
| Tabel 4.16 Interpretasi Nilai <i>R-Squared</i> Hasil Uji T ..... | 70 |
| Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....       | 70 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Data 10 Negara Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi 2024<br>.....    | 2  |
| Gambar 1. 2 Produk yang Rutin Dibelanjakan Secara <i>Online</i> oleh Generasi Z ..... | 5  |
| Gambar 4. 1 Lambang Kota Kediri.....                                                  | 53 |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....                                        | 64 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Permohonan Observasi

Lampiran 2 Permohonan Izin Riset Penelitian

Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 4 Daftar Konsultasi Skripsi

Lampiran 5 Angket Penelitian

Lampiran 6 Deskripsi Hasil Penelitian

Lampiran 7 Hasil IBM SPSS Statistic 20

Lampiran 8 R Tabel