

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Viral Marketing*, Diskon dan Program Gratis Ongkos Kirim terhadap *Impulse Buying* melalui *E-commerce* pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung” ini ditulis oleh Fatin Masruroh, NIM. 12405193233, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi ke arah yang serba digital, salah satunya pada sektor bisnis. Dimana internet saat ini membuka jalan baru pada sektor bisnis, seperti munculnya *e-commerce* yang semakin diminati oleh konsumen karena berbagai kemudahan yang bisa didapatkan sehingga kegiatan berbelanja menjadi praktis. Selain itu, strategi pemasaran dari *e-commerce* yang inovatif dan kreatif dalam bersaing ditengah banyaknya *platform e-commerce* yang bermunculan memiliki daya tarik tersendiri sehingga dapat merangsang konsumen untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan (*impulse buying*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *viral marketing*, diskon dan program gratis ongkos kirim terhadap *impulse buying* melalui *e-commerce* pada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Sampel yang diambil sebanyak 190 mahasiswa pengguna *e-commerce* dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan metode *Simple Random Sampling*. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner melalui google form. Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisis statistik atau metode statistik dengan program SPSS.

Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *viral marketing*, diskon dan program gratis ongkos kirim berpengaruh secara signifikan terhadap *impulse buying* melalui *e-commerce* pada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Implikasi dari penelitian ini adalah *viral marketing*, diskon dan program gratis ongkos kirim mempunyai peran yang sama pentingnya dalam mempengaruhi *impulse buying* melalui *e-commerce* pada mahasiswa.

Kata Kunci: Diskon, *Impulse Buying*, Program Gratis Ongkos Kirim dan *Viral Marketing*

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Viral Marketing, Discounts and Free Shipping Programs on Impulse Buying through E-commerce on Students of Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University" was written by Fatin Masruroh, NIM. 12405193233, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Business and Management, Sharia Business Management Study Programme, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This research is motivated by the increasingly rapid development of technology in an all-digital direction, one of which is in the business sector. Where the internet is currently opening new avenues in the business sector, such as the emergence of e-commerce which is increasingly in demand by consumers because of the various conveniences that can be obtained so that shopping activities become practical. In addition, the marketing strategy of innovative and creative e-commerce in competing amid the many emerging e-commerce platforms has its own charm so that it can stimulate consumers to make impulse buying.

The purpose of this study was to determine the effect of viral marketing, discounts and free shipping programs on impulse buying through the e-commerce among students of the Islamic Business Management study program class of 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung both simultaneously and partially.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. The population in this study were students of the Islamic Business Management study program class of 2019 at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Samples were taken as many as 190 students using e-commerce by taking samples using the Probability Sampling technique with the Simple Random Sampling method. The data collection technique for this study used a questionnaire via Google Form. The data analysis used is by using statistical analysis or statistical methods with the SPSS program.

The results of data analysis in this study indicate that the variables of viral marketing, discounts and free shipping programs have a significant effect on impulse buying through e-commerce among students of the Islamic Business Management study program class of 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. The implication of this research is that viral marketing, discounts and free shipping programs have an equally important role in influencing impulse buying through e-commerce among students.

Keywords: *Discounts, Free Shipping Programs, Impulse Buying and Viral Marketing*