

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *flashsale* dan *cashback* terhadap minat beli pada *E-commerce* Miniso di Sidoarjo. *E-commerce* merupakan suatu pembelian barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan dengan metode spesifik yang dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan. Keberadaan *E-commerce* meningkatkan persaingan bisnis dan juga strategi pemasaran yang bervariasi. Seperti halnya pada *E-commerce* Miniso yang melakukan suatu pemasaran produk melalui adanya *flashsale* dan *cashback* untuk konsumennya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 104 responden menggunakan kuesioner serta menggunakan penilaian dengan skala *likert*. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *non probability* sampling dengan menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) *Flashsale* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli pada *E-commerce* Miniso di Sidoarjo. 2) *Cashback* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli pada *E-commerce* Miniso di Sidoarjo. 3) *Flashsale* dan *cashback* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *E-commerce* Miniso di Sidoarjo.

Kata Kunci : *Flashsale*, *Cashback*, Minat Beli.

ABSTRACT

The study aims to test and analyze the influence of flashsale and cashback on buying interest in Miniso E-commerce in Sidoarjo. E-commerce is the purchase of goods or services made over a network by a specific method designed for the purpose of receiving or placing an order. The existence of E-commerce increases business competition as well as varied marketing strategies. As is the case in Miniso E-commerce which does a product marketing through flashsale and cashback for its consumers. The method used in this study is using quantitative research methods with the number of samples used in the study as many as 104 respondents using questionnaires and using assessments with a likert scale. Sample stabilization techniques are carried out using non probability sampling techniques using accidental sampling. The data analysis technique used is using the SPSS program. The results showed that: 1) Flashsale had a significant and positive influence on buying interest in Miniso E-commerce in Sidoarjo. 2) Cashback has a significant and positive effect on buying interest in Miniso E-commerce in Sidoarjo. 3) Flashsale and cashback have a significant and positive effect on Miniso E-commerce in Sidoarjo.

Keywords : Flashsale, Cashback, Buying Interest.