



UNITRI Press

Cici Filian Laborne Gratia



Lecture -- no repository 032



Lecture



Gambella University

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3212548461

Submission Date

Apr 11, 2025, 6:45 AM GMT+2

Download Date

Apr 11, 2025, 6:46 AM GMT+2

File Name

Cici_Filian_Laborne_Gratia_2021120089.docx

File Size

57.2 KB

8 Pages

1,454 Words

9,557 Characters

27% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 24%  Internet sources
- 20%  Publications
- 15%  Submitted works (Student Papers)



Top Sources

24% Internet sources
 20% Publications
 15% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	123dok.com	3%
2	Internet	repository.unisma.ac.id	3%
3	Internet	rinjani.unitri.ac.id	2%
4	Internet	ecampus.pelitabangsa.ac.id	2%
5	Student papers	IAIN Purwokerto	2%
6	Publication	Kadeni , Ninik Sriyani. "Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perila...	1%
7	Publication	Febri Yanti Sapa, Altje Lenny Tumbel, Bode Lumanauw. "PENGARUH LIVE STREAM...	1%
8	Internet	www.ejournal.stiepena.ac.id	1%
9	Internet	eprints.perbanas.ac.id	1%
10	Publication	Dwi Dicky Bactiar, Eka Kurnia Patmasari, Septian Dwi Cahyo. "Efek Literasi Keuan...	1%
11	Internet	ejournal.polraf.ac.id	1%

12	Publication	Frisca Della Oktavianingrum, Basar Maringan Hutahuruk. "Pengaruh Gratis Ong...	<1%
13	Student papers	Universitas Diponegoro	<1%
14	Internet	docplayer.info	<1%
15	Internet	idr.uin-antasari.ac.id	<1%
16	Internet	academic-accelerator.com	<1%
17	Internet	garuda.kemdikbud.go.id	<1%
18	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
19	Internet	jasoncoookonline.net	<1%
20	Internet	etd.repository.ugm.ac.id	<1%
21	Internet	jurnal.portalpublikasi.id	<1%
22	Publication	Judith Tagal Gallena Sinaga, Risma Ida Gultom. "Faktor-faktor yang Mempengaru...	<1%

**PENGARUH PENGGUNAAN KUPON DISKON DAN VOUCHER
CASHBACK PADA TIKTOK SHOP**

PENGGUNA TIKTOK SHOP

CICI FILIAN LABORNE GRATIA

NIM. 2021120089

2025

pengaruh penggunaan kupon diskon dan *voucher cashback* pada tiktok shop terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa pengguna tiktok shop

meliputi melakukan transaksi belanja melalui tiktok shop. Data awal diperoleh dari peneliti.

variabel kupon diskon *voucher cashback* merupakan variabel independen, sedangkan variabel pengelolaan keuangan mahasiswa

Purposive sampling adalah pengumpulan sampel dimana peneliti membuat daftar semua mahasiswa yang aktif menggunakan platform tiktok shop. Analisis data menggunakan uji instrumen, linear R^2

versi 16. Perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa dipengaruhi oleh variabel kupon diskon (x_1) secara parsial, dengan $4,767 >$

Dalam uji parsial variabel *voucher cashback* (x_2) berpengaruh pengelolaan mahasiswa,

$2,244 > 985$ sig. $027 <$

Berdasarkan uji simultan $28,748 >$ tabel yaitu mengindikasikan bahwa variabel kupon diskon dan variabel *voucher cashback* secara bersama – sama berpengaruh positif mahasiswa kota malang.

: Kupon Diskon, *Voucher cashback* dan Pengelolaan Keuangan Peribadi

14

internet aspek terpenting dalam kehidupan sehari – hari, dan kini menjadi salah satu alat terpenting bagi masyarakat untuk melakukan transaksi berbelanja online, pada tahun 2024, akan ada 189,6 juta penggunaan *e-commerce* di Indonesia. 2017

internet untuk berbelanja, dan jumlahnya terus meningkat. Di Indonesia, orang menggunakan Selain itu, orang menggunakan Terdapat diikuti oleh . Dalam industri *e-commerce* tiktok shop mengalami pertumbuhan yang pesat, dari adanya data tersebut di atas menciptakan banyak *e-commerce* baru yang berpartisipasi dalam adalah shop. alat berbagi tiktok shop mengkhususkan diri pada aplikasi mobile, dan mengubah pengguna menjadi pasar mobile. Toko tiktok memiliki strategi yang unik dalam mempromosikan produk yaitu dengan melalui *live streaming* dan membuat video pendek untuk menarik minat konsumen, tiktok shop juga memanfaatkan model *social commerce* dimana keputusan pembelian banyak dipengaruhi oleh konten kreator dan strategi pemasaran berbasis komunikasi.

dapat menarik perhatian masyarakat dalam melakukan transaksi belanja *online*.

Dengan semakin berkembangnya alternatif belanja secara online membuat persaingan dalam *E-commerce* semakin meningkat, sehingga penjual harus memikirkan cara bagaimana supaya mereka dapat menarik minat konsumen supaya konsumen berbelanja di toko mereka. Strategi yang dilakukan penjual dalam tiktok shop untuk menarik minat konsumen adalah dengan adanya fitur promosi kupon diskon dan *voucher cashback*. Diskon [REDACTED] harga [REDACTED] [REDACTED] dari harga reguler suatu produk, yang dapat ditemukan pada [REDACTED] [REDACTED] dari [REDACTED] [REDACTED] dan memastikan bahwa [REDACTED] diselesaikan dalam waktu yang lebih efisien. Adapun tujuan lain dari adanya diskon ini juga dapat menunjukkan bahwa ukurannya adalah pencegah untuk melakukan pembelian impulsif (Sapa F.Y, Dkk 2023).

Voucher cashback adalah program yang disediakan oleh platform *online* yang memberikan pengembalian uang jika berhasil melakukan pembelian di platform tersebut dengan menggunakan nomor transaksi tertentu. Biasanya, program *cashback* dari toko platform belanja ini tidak memberikan uang secara tunai atau uang virtual, melainkan memberikan pengembalian uang yang bisa digunakan untuk pembelian berikutnya. Hal ini berarti bahwa akan menerima sebagian diskon berdasarkan nilai *cashback* yang Anda terima, tergantung pada syarat dan ketentuan yang diterapkan oleh platform belanja. Metode ini telah terbukti menguntungkan baik bagi konsumen maupun toko platform belanja *online*. Dari perspektif konsumen, mereka dapat menghemat lebih banyak uang untuk

pembelian selanjutnya, sementara dari sisi *e-commerce*, mereka secara alami mendapatkan pelanggan setia untuk platform mereka. (Sudiantini Dian, Dkk, 2023)

Penggunaan kupon diskon dan *voucher cashback* pada tiktok shop tren sangat terutama mahasiswa. kemudahan akses terhadap dan aplikasi belanja daring, mahasiswa semakin mudah untuk memperoleh berbagai bentuk insentif seperti kupon diskon dan *voucher cashback*. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana penggunaan kupon dan *cashback* tersebut mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa (Mardiana at al., 2024)

Namun disisi lain adanya fitur – fitur promosi seperti kupon diskon dan *voucher cashback* dapat menyebabkan terjadinya kebiasaan baru yaitu *impulse buying*. Menurut Michael R. Solomom (2009) *impulse buying* didefinisikan sebagai pembelian yang terjadi secara tidak terduga dan tanpa peringatan. Menurut Andriyanto dkk. (2016,) *impulse buying* didefinisikan sebagai pengeluaran uang yang tidak terkendali dengan membeli barang yang tidak dibutuhkan. *Impulse buying* adalah praktik pengeluaran uang yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, *impulse buying* merupakan pembelian barang yang tidak dibutuhkan konsumen (Andriyanto et al., 2016). Adanya perilaku *impulse buying* para remaja yang aktif berbelanja melalui tiktok shop kurang baik dalam mengelola keuangan mereka.

Perilaku manajemen keuangan merupakan salah satu cara terkait keuangannya. manajemen keuangan Dwita, keinginan yang

kuat untuk mengelola keuangannya akan dapat melakukannya tanpa mengalami konsekuensi negatif dalam kehidupan sehari – hari, (Silvi & Yulianti, 2013). Lima (5) komponen kemampuan seseorang untuk mengelola uang dan mengatur pengeluaran adalah dasar dari pengelolaan keuangan yang efektif. [REDACTED]

[REDACTED] kemampuan untuk menukar [REDACTED] sesuai kebutuhan, [REDACTED] tagihan [REDACTED] mengirimkan uang [REDACTED] kebutuhan masa depan, dan mengelola uang untuk diri sendiri dan orang lain. Pengelolaan keuangan yang baik merupakan keterampilan penting yang perlu dimiliki oleh mahasiswa, terutama dalam menghadapi kebutuhan hidup sehari-hari di tengah keterbatasan pendapatan. Mahasiswa yang cermat dalam mengelola keuangannya akan lebih mampu menghadapi tantangan finansial, [REDACTED]

[REDACTED] ketersediaan kupon diskon dan *cashback* jika tidak diimbangi dengan baik dapat memicu pola konsumsi impulsif, yang pada akhirnya mempengaruhi cara mahasiswa mengelola keuangan mereka (Tarigan et al., 2025).

Fenomena ini relevan untuk diteliti karena adanya kontradiksi antara keuntungan dari penggunaan kupon dan *voucher cashback* (penghematan biaya), dan pengelolaan keuangan pribadi.

Lokasi dalam [REDACTED] berfokus [REDACTED] Malang [REDACTED] terbesar [REDACTED] Timur, Indonesia. [REDACTED] Malang dikenal dengan sebutan kota pendidikan dengan banyaknya universitas seperti, Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, ITN, UNITRI, UNMER, dan ada beberapa universitas lainnya. Mahasiswa di kota Malang menjadi kelompok yang penting untuk diteliti karena mereka merupakan konsumen yang terlibat dalam kegiatan

belanja online menggunakan tiktok shop. Kota malang memiliki populasi mahasiswa yang luas, hal ini menciptakan lingkungan yang dinamis dalam hal trend belanja online, termasuk penggunaan kupon diskon dan *voucher cashback* di platform tiktok shop. Banyak mahasiswa yang memiliki keterbatasan keuangan namun tertarik dengan berbagai promosi dan diskon yang di tawarkan oleh platform tiktok shop untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana penggunaan kupon diskon dan *voucher cashback* di tiktok shop memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa, baik dalam hal pengendalian pengeluaran, perencanaan keuangan, maupun kebiasaan belanja mereka. Kota Malang dengan populasi mahasiswa yang besar, dapat memberikan wawasan yang relevan mengenai pengaruh platform tiktok shop terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk menentukan judul terkait

“PENGARUH PENGGUNAAN KUPON DISKON DAN VOUCHER CASHBACK PADA TIKTOK SHOP

PENGUNA

penggunaan kupon diskon

penggunaan *voucher cashback*

terdapat pengaruh penggunaan kupon diskon dan *voucher cashback*

bertujuan

penggunaan kupon diskon

pengelolaan keuangan

penggunaan *voucher cashback*

pengelolaan keuangan

penggunaan kupon diskon *voucher*

cashback pengelolaan keuangan

wawasan mengenai dampak

kupon diskon dan *voucher cashback* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mereka, sehingga dapat lebih bijak dalam mengatur pengeluaran.

2. Bagi Dunia Pendidikan: Menyediakan data empiris yang dapat digunakan untuk mengembangkan program literasi keuangan yang lebih efektif bagi mahasiswa.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Menjadi referensi dan acuan bagi penelitian terkait yang akan datang.