

ABSTRAK

Nama : Muhammad Rifaldi Rizky
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Diskon, Cashback dan Gratis Ongkir Terhadap Loyalitas Mahasiswa Unimal Pada E-commerce Shopee

Shopee merupakan salah satu platform e-commerce yang banyak digunakan oleh mahasiswa Universitas Malikussaleh karena menawarkan berbagai strategi promosi seperti diskon, cashback, dan gratis ongkir. Loyalitas mahasiswa sebagai pengguna e-commerce dipengaruhi oleh efektivitas strategi promosi yang diterapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diskon, cashback, dan gratis ongkir terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Malikussaleh pengguna e-commerce Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dari 102 responden melalui teknik non-probability sampling dengan kriteria mahasiswa Universitas Malikussaleh yang menggunakan aplikasi Shopee. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel cashback berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Malikussaleh pengguna e-commerce Shopee. Sebaliknya variabel diskon dan gratis ongkir tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa cashback merupakan faktor promosi yang paling berperan dalam membentuk loyalitas mahasiswa sedangkan diskon dan gratis ongkir belum mampu secara langsung meningkatkan loyalitas pengguna. Oleh karena itu, strategi promosi yang menekankan pada program cashback dinilai lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas mahasiswa pengguna e-commerce Shopee.

Kata Kunci : Diskon, *Cashback*, Gratis Ongkir, Loyalitas

ABSTRACT

Name : Muhammad Rifaldi Rizky
Study program : Manajemen
Title : The Effect of Discounts, Cashback and Free Shipping on the Loyalty of Universitas Malikussaleh Students toward Shopee E-commerce”

Shopee is one of the e-commerce platforms widely used by Universitas Malikussaleh students due to its promotional strategies such as discounts, cashback, and free shipping. Student loyalty as e-commerce users is influenced by the effectiveness of the promotional strategies implemented. This study aims to analyze the effect of discounts, cashback, and free shipping on the loyalty of Universitas Malikussaleh students who use Shopee e-commerce. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected from 102 respondents through a non-probability sampling technique, with the criteria of Universitas Malikussaleh students who use the Shopee application. The research instrument was a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software. The results of the study indicate that partially, the cashback variable has a positive and significant effect on the loyalty of Universitas Malikussaleh students as Shopee e-commerce users. In contrast, the discount and free shipping variables do not have a significant effect on student loyalty. These findings indicate that cashback is the most influential promotional factor in building student loyalty, while discounts and free shipping have not been able to directly increase user loyalty. Therefore, promotional strategies that emphasize cashback programs are considered more effective in enhancing the loyalty of Universitas Malikussaleh students as Shopee e-commerce users.

Keywords: *Discount, Cashback, Free Shipping, Loyalty.*

