

SKRIPSI

**PENGARUH *FREE GIFT* DAN *CASH BACK* TERHADAP PENINGKATAN
JUMLAH PENJUALAN BARANG ELEKTRONIK PADA TOKO CENTRO
ELEKTRONIK PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh:

**Yogi Nonongan
201820043**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 19 September 2022

Pembimbing I



Prof. Dr. Suhardi M. Anwar, Drs., M.M.

Pembimbing II ✓



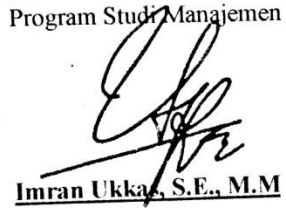
Edi Maszudi, S. IP., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palopo



Hapid, S.E., M.M.

Ketua
Program Studi Manajemen



Imran Ukka, S.E., M.M.

SKRIPSI




PENGARUH *FREE GIFT* DAN *CASH BACK* TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH PENJUALAN BARANG ELEKTRONIK PADA TOKO CENTRO ELEKTRONIK PALOPO

Disusun dan diajukan oleh:


Yogi Nonongan
201820043

Telah dipertahankan dalam ujian Skripsi pada tanggal 19 September 2022 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

Susunan Dewan Penguji

1. Penguji : Prof. Dr. Suhardi M. Anwar, Drs., M.M. (.....)
2. Penguji : DR. Duriani M.Pd.i (.....)
3. Penguji : Abid Ramadhan, SE, M.AK (.....)

Ketua Program Studi Manajemen


Imran Ukkas, S.P., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YOGI NONONGAN

Nim : 201820043

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *FREE GIFT* DAN *CASH BACK* TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH PENJUALAN BARANG ELEKTRONIK PADA TOKO CENTRO ELEKTRONIK PALOPO

Skripsi ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat secara keseluruhan. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini, tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat sebagian keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru ataupun yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan kepada penulis aslinya.

Palopo, 12 September 2022
Yang memberi pernyataan



Yogi Nonongan
201820043

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama **YOGI NONONGAN** dilahirkan pada Tanggal 23 Maret 2000 di Salu Nase Anak dari Pasangan suami istri Bapak Tujuan Pakala dan Ibu Nurhana . pada Tahun 2012 lulus dari SD Negeri 526 Buntu Kamiri, Tahun 2015 Lulus dari SMP Negeri 4 ponrang , Lulus dari SMA Negeri 4 luwu Tahun 2018, Pada Tahun 2018 penulis masuk di Universitas Muhammadiyah Palopo (UMP).

PRAKATA

Assalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *free gift* dan *cash back* terhadap peningkatan jumlah penjualan barang elektronik pada toko centro elektronik Palopo”, skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan kepada berbagai pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan segala kontribusi yang sangat berarti dalam proses penelitian serta penyusunan skripsi ini pun dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya, sehingga pada kesempatan ini pula penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Salju, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.
2. Bapak Hapid, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
3. Bapak Imran Ukkas, S.E., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
4. Bapak Prof. Dr. Suhardi M Anwar, Drs., M.M. selaku Dosen Pembimbing Pertama penulis dan Edi Maszudi, S.IP., M.M. selaku Dosen Pembimbing Kedua penulis yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran serta dengan penuh kesabaran memberikan arahan dan masukan kepada penulis mulai dari penyusunan proposal penelitian hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Palopo yang tak kenal lelah telah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah serta segenap staf dan

karyawan pengelola Universitas Muhammadiyah Palopo yang dengan sabar membantu penulis dalam hal administrasi.

6. Teristimewa dan terutama untuk ke orang tua saya, ayah dan ibu tercinta terima kasih untuk semua usaha yang selama ini telah kalian berikan kepada saya dalam menempuh perkuliahan, doa tulus, serta senantiasa memberikan semangat, perhatian, dan dukungan baik secara moril maupun materi.
7. Saudara-saudara saya dan keluarga besar saya, terima kasih selalu mendoakan dan memberikan semangat serta semua bantuan selama saya kuliah.
8. Sahabat dan teman-teman riswandi paradi,ade irma,adel saputri,novi jafar,ainun tasik yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan seperjuangan angkatan 2018 terkhusus Manajemen (A1) terima kasih dan Almamater Universitas Muhammadiyah Palopo.
9. Dan untuk diri saya sendiri, terima kasih telah menjadi seseorang yang kuat dalam menghadapi segala bentuk kesulitan, tidak mudah menyerah, tidak mudah putus asa, serta tidak mengenal kata lelah di kala waktu rasa malas datang berkat dorongan dan inisiatif dari dalam diri saya sehingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang positif terhadap semua pihak, dan akhir kata semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya untuk kita semua.Aamiin

Walaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palopo, 12 September 2022

Yogi Nonongan
20182000

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	vi
PRAKATA.....	.v
DAFTAR IS	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	.xii
INTISARIxiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.1 Manfaat Praktis	5
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.2 Free Gift (Hadiah).....	7
2.2.1 Indikator Free Gift	8
2.3 CashBack	9
2.3.1 Indikator CashBack.....	9
2.4 Peningkatan Penjualan	10
2.4.1 Jenis-Jenis Penjualan	11
2.4.2 Indikator Penjualan	12
2.5 Penelitian Terdahulu	13
2.6 Kerangka Konseptual.....	17
2.7 Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.3.1 Populasi.....	19
3.3.2 Sampel.....	20
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	21

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6	Variabel Penelitian dan Definisi Operasiona.....	22
	3.6.1 Variabel Penelitian.....	22
	3.6.2 Definisi Oprasional.....	23
	3.6.3 Skala Pengukuran Variabel.....	24
3.7	Instrumen Penelitian.....	25
	3.7.1 Uji Validitas.....	25
	3.7.2 Uji Realibilitas.....	25
3.8	Analisis Data.....	25
	3.8.1 Analisis Deskriptif.....	26
	3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	26
	3.8.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	27
	3.8.4 Uji Hipotesis.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	HASIL Penelitian.....	28
	4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
	4.1.2 Analisis Deskriptif.....	29
	4.1.3 Uji Instrumen.....	30
	4.1.4 Pengujian Hipotesis.....	33
4.2	Pembahasan.....	36
BAB V PENUTUP.....		38
5.1	Kesimpulan.....	38
5.2	Saran.....	39
DAFTAR RUJUKAN.....		40
LAMPIRAN.....		42

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	23
Tabel 3.2 Skala Likert.....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.3 Uji Validitas	31
Tabel 4.4 Uji Realibilitas	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	33
Tabel 4.6 Koefisien Determinasi (R ²)	34
Tabel 4.7 Uji Simultan (Uji F).....	35
Tabel 4.8 Uji Parsial (Uji T)	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	17
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	42
Lampiran 2 : Rekapitulasi Jawaban Responden	43
Lampiran 3 : Karakteristik Responden	53
Lampiran 4 : Uji Validitas	53
Lampiran 5 : Uji Realibilitas.....	55
Lampiran 6 : Analisis Linear Berganda	56
Lampiran 7 : Uji Koefisien Determinasi (R ²)	57
Lampiran 8 : Uji T	59
Lampiran 9 : Uji F.....	60

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *free gift* dan *cashback* terhadap peningkatan jumlah penjualan barang elektronik pada Toko Centro Elektronik Palopo. dalam penelitian ini menggunakan data primer, kemudian metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di bagikan kepada 74 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik penentuan sampel yaitu *accidental sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22 yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji T, uji F, dan uji R^2 . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Free Gift* (X^1) nilai koefisien regresi sebesar 0,867 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan dan *Cash Back* (X^2) nilai koefisien regresi sebesar 0,173 tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. dan secara simultan hasil yang di dapatkan dengan nilai $F_{hitung} 149,189 > F_{tabel} 3.13$ menunjukan bahwa variabel *Free Gift* dan *CashBack* berpengaruh secara bersama-sama terhadap peningkatan penjualan Toko Centro Elektronik Palopo.

Kata kunci: free gift, cashback, dan peningkatan penjualan

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of free gifts and cashback on increasing the number of sales of electronic goods at the Centro Elektronik Palopo Store. In this study using primary data, then the data collection method used a questionnaire that was distributed to 74 respondents obtained by using a sampling technique that is accidental. sampling. Analysis of the data in this study using the SPSS version 22 program which includes validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing using T test, F test, and R2 test. The results of this study indicate that the Free Gift (X1) variable, the regression coefficient value of 0.867 has a significant effect on increasing sales and Cash Back (X2) the regression coefficient value of 0.173 has no effect on increasing sales. $149.189 > F_{table} 3.13$ shows that the Free Gift and CashBack variables have a joint effect on the increase in sales of the Palopo Centro Elektronik Store.

Keywords: free gift, cashback, and increased sales

Keywords: free gift, cashback, and increased sales

PAPER NAME

SKRIPSI YOGI (1).docx

AUTHOR

Yogi Nonongan

WORD COUNT

11473 Words

CHARACTER COUNT

63836 Characters

PAGE COUNT

76 Pages

FILE SIZE

1.1MB

SUBMISSION DATE

Sep 9, 2022 2:48 PM GMT+8

REPORT DATE

Sep 9, 2022 2:49 PM GMT+8

- **39% Overall Similarity**

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

- 39% Internet database

- **Excluded from Similarity Report**

- Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- Submitted Works database
- Small Matches (Less than 25 words)

