

**IMPLEMENTASI PROGRAM CASHBACK PADA PRODUK  
ELZATTA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI  
KONSUMEN (STUDI PADA ELZATTA STORE  
CABANG NGAGEL KOTA SIURABAYA)**

**SKRIPSI**

Oleh  
**NUR AINUS SYALAMIYAH**  
**NIM: 08040422158**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2026**

# PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

## PERNYATAAN

Saya Nur Ainus Syalamiyah (08040422158), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UTN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UTN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 04 Juni 2026



Nur Ainus Syalamiyah  
NIM. 08040422158

#### DECLARATION

I, Nur Ainus Syalamiyah (08040422158), declare that:

1. This thesis is original and truly my own work, and is not the work of another person using my name, nor is it a copy or plagiarism of another person's work. This thesis has never been submitted for an academic degree, either at UIN Sunan Ampel Surabaya or at any other university.
2. This thesis contains no works or opinions written or published by others, except where clearly cited in writing as references, with the author's name stated and included in the bibliography.
3. I make this statement truthfully, and if any deviations or inaccuracies are found in this statement in the future, I am willing to accept academic sanctions in the form of revocation of the degree I have received for this thesis, as well as other sanctions in accordance with the norms and regulations applicable at UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 04 Juni 2026



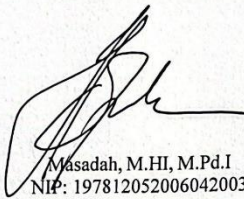
Nur Ainus Syalamiyah

NIM. 08040422158

Surabaya, 03 Juni 2026

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Masadah', written over the printed name and NIP.

Masadah, M.HI, M.Pd.I  
NIP: 197812052006042003

## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI PROGRAM CASHBACK PADA PRODUK  
ELZATTA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI  
KONSUMEN  
(STUDI PADA ELZATTA STORE CABANG NGAGEL KOTA  
SRABAYA)**

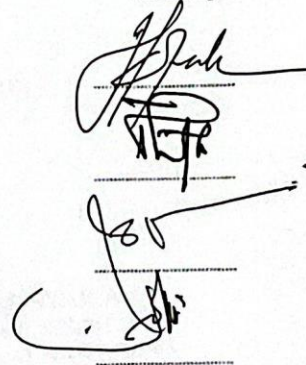
Oleh:  
Nur Ainus Syalamiyah  
NIM: 08040422158

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 12 Juni 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji,

1. Masadah, M.H., M.Pd.I  
NIP. 197812052006042003  
(Penguji 1)
2. Dr. Iskandar Rionga, M.Ag.  
NIP. 196506151991021001  
(Penguji 2)
3. Mochammad Andre Agustianto, Lc., M.H.  
NIP. 199008112019031007  
(Penguji 3)
4. Mohammad Dhiyaul Muflihin, S.E.I., M.E.  
NIP. 199401052023211020  
(Penguji 4)

Tanda Tangan :





Surabaya, 12 Juni 2026

Wakil Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Ainus Syalamiyah  
NIM : 08040422158  
Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah  
E-mail address : nurainussyalamiyah@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (Skripsi)

yang berjudul :

**IMPLEMENTASI PROGRAM CASHBACK PADA PRODUK ELZATTA DALAM  
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA ELZATTA STORE  
NGAGEL SURABAYA)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juni 2026

Penulis

(Nur Ainus Syalamiyah)

## ABSTRAK

Pertumbuhan industri *fashion* muslim di Indonesia yang semakin pesat mendorong pelaku usaha untuk menerapkan berbagai strategi pemasaran guna meningkatkan minat beli konsumen, salah satunya melalui program *cashback*. Namun, implementasi program *cashback* tidak hanya perlu dinilai dari efektivitasnya dalam menarik konsumen, tetapi juga harus dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti keadilan, transparansi, dan kemaslahatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi program *cashback* dalam meningkatkan minat beli konsumen produk Elzatta serta meninjau pelaksanaannya dari perspektif Ekonomi Islam pada Elzatta store cabang Ngagel Kota Surabaya. Pertanyaan penelitian yang diajukan meliputi bagaimana implementasi program *cashback* dalam meningkatkan minat beli konsumen dan bagaimana kesesuaiannya dengan prinsip Ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi non-partisipan, dan dokumentasi yang melibatkan pihak internal perusahaan serta konsumen Elzatta. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan melalui proses triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *cashback* di Elzatta Store Ngagel mampu meningkatkan minat beli konsumen karena memberikan manfaat ekonomis, mendorong pembelian ulang, dan meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, pelaksanaan program *cashback* dinilai telah memenuhi prinsip-prinsip Ekonomi Islam, terutama dalam aspek transparansi, keadilan, serta kemaslahatan selama mekanisme dan syarat program disampaikan secara jelas kepada konsumen. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pemasaran Syariah dengan menunjukkan bahwa strategi promosi modern seperti *cashback* dapat diterapkan secara efektif tanpa bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa program *Cashback* merupakan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan minat beli konsumen sekaligus dapat diterima dalam perspektif Ekonomi Islam apabila dilaksanakan secara transparan dan bebas dari unsur riba, gharar, serta praktik yang merugikan. Penelitian ini selanjutnya disarankan untuk mengkaji efektivitas *cashback* pada berbagai sektor industri halal lainnya dengan cakupan wilayah dan informan yang lebih luas.

Kata kunci: Program *Cashback*, Minat Beli Konsumen, Fashion Muslim, Elzatta, Ekonomi Islam.

## ABSTRACT

The rapid growth of the Muslim fashion industry in Indonesia has encouraged business actors to implement various marketing strategies to increase consumer purchasing interest, one of which is through cashback programs. However, the implementation of cashback programs must not only be assessed for their effectiveness in attracting consumers, but also their compliance with Islamic economic principles such as fairness, transparency, and welfare. This study aims to analyze the implementation of cashback programs in increasing consumer purchasing interest for Elzatta products and review its implementation from an Islamic Economic perspective at the Elzatta store, Ngagel branch, Surabaya City. The research questions asked include how the implementation of cashback programs increases consumer purchasing interest and how they align with Islamic Economic principles.

This study uses a qualitative approach with a descriptive research type. Data were obtained through semi-structured interviews, non-participant observation, and documentation involving internal company parties and Elzatta consumers. Data analysis was conducted using the Miles, Huberman, and Saldana model which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions through a triangulation process.

The results of the study indicate that the cashback program at the Elzatta Store Ngagel is able to increase consumer purchasing interest because it provides economic benefits, encourages repeat purchases, and increases consumer interest in the products offered. In addition, the implementation of the cashback program is considered to have met the principles of Islamic Economics, especially in the aspects of transparency, fairness, and benefit as long as the program mechanisms and conditions are clearly communicated to consumers. These findings contribute to the development of Sharia marketing studies by showing that modern promotional strategies such as cashback can be implemented effectively without conflicting with Islamic values.

This study concludes that the Cashback program is a marketing strategy capable of increasing consumer purchasing interest and is acceptable from an Islamic economic perspective if implemented transparently and free from usury, gharar, and harmful practices. This study is recommended to further examine the effectiveness of cashback programs in other halal industry sectors, with a broader coverage area and a wider sample of informants.

Key words: Cashback Program, Consumer Purchasing Interest, Muslim Fashion, Elzatta, Islamic Economics.

## DAFTAR ISI

|                                                        |      |
|--------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                | iii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....                  | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                    | vii  |
| ABSTRAK .....                                          | viii |
| ABSTRACT .....                                         | viii |
| DAFTAR ISI .....                                       | ix   |
| DAFTAR TABEL.....                                      | xii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                  | xiv  |
| BAB 1 PENDAHULUAN.....                                 | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                        | 1    |
| 1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah .....             | 7    |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah .....                       | 7    |
| 1.2.2 Batasan Masalah .....                            | 8    |
| 1.2.3 Rumusan Masalah.....                             | 9    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                             | 9    |
| 1.4 Manfaat penelitian .....                           | 9    |
| 1.4.1 Segi Teoritis.....                               | 9    |
| 1.4.2 Segi Praktis.....                                | 10   |
| BAB 2 LANDASAN TEORI .....                             | 12   |
| 2.1 Implementasi Program Cashback dalam Pemasaran..... | 12   |
| 2.1.1 Program <i>Cashback</i> .....                    | 12   |
| 2.1.2 Jenis-Jenis <i>Cashback</i> .....                | 14   |
| 2.1.3 Tujuan Program <i>Cashback</i> .....             | 15   |
| 2.2 Minat Beli Konsumen Produk Elzatta.....            | 16   |
| 2.2.1 Definisi Minat Beli.....                         | 16   |
| 2.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat beli ..... | 17   |
| 2.3 Ekonomi Islam.....                                 | 18   |
| 2.3.1 Definisi Ekonomi Islam .....                     | 18   |
| 2.3.2 Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam.....               | 21   |
| 2.3.3 Cashback dalam Perspektif ekonomi Islam.....     | 27   |
| 2.4 Penelitian Terdahulu .....                         | 30   |

|          |                                                                                                            |    |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.5      | Kerangka Proses Berfikir .....                                                                             | 33 |
| BAB 3    | METODE PENELITIAN .....                                                                                    | 35 |
| 3.1      | Jenis Penelitian .....                                                                                     | 35 |
| 3.2      | Tempat atau Lokasi Penelitian .....                                                                        | 36 |
| 3.3      | Jenis dan Sumber Data .....                                                                                | 37 |
| 3.4      | Teknik Pengumpulan Data .....                                                                              | 37 |
| 3.5      | Teknik Pengolahan Data .....                                                                               | 38 |
| 3.6      | Teknik Analisis Data .....                                                                                 | 40 |
| BAB 4    | HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                                                                 | 43 |
| 4.1      | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                                       | 43 |
| 4.1.1    | Profil Perusahaan PT. Zatta Mulya Bersama .....                                                            | 43 |
| 4.1.2    | Visi Misi Perusahaan .....                                                                                 | 45 |
| 4.1.3    | Tugas Pokok dan Fungsi Perusahaan .....                                                                    | 46 |
| 4.2      | Hasil Penelitian .....                                                                                     | 47 |
| 4.2.1    | Implementasi Program <i>Cashback</i> Dalam Meningkatkan Minat Beli<br>Konsumen .....                       | 48 |
| 4.2.2    | Presepsi Konsumen Terhadap Program <i>Cashback</i> .....                                                   | 55 |
| 4.3      | Pembahasan Penelitian .....                                                                                | 59 |
| 4.3.1    | Analisis Implementasi Program <i>Cashback</i> Dalam Meningkatkan Minat<br>Beli di Elzatta .....            | 60 |
| 4.3.2    | Analisis Prespektif Hukum Islam Terhadap Program <i>Cashback</i> di Elzatta<br>Store Ngagel Surabaya ..... | 67 |
| BAB 5    | KESIMPULAN DAN SARAN .....                                                                                 | 74 |
| 5.1      | Kesimpulan .....                                                                                           | 74 |
| 5.2      | Saran .....                                                                                                | 74 |
| DAFTAR   | PUSTAKA .....                                                                                              | 76 |
| LAMPIRAN | .....                                                                                                      | 78 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                                                               | 31 |
| Tabel 4. 1 Perbandingan Nilai Penjualan Sebelum dan Sesudah Program<br>Cashback .....                              | 51 |
| Tabel 4. 2 Kalender Marketing dan Capaian Penjualan Program Cashback Elzatta<br>Store Cabang Ngagel Surabaya ..... | 61 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Konseptual..... | 34 |
|--------------------------------------------|----|



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Biodata Peneliti.....         | 78 |
| Lampiran 2 Transkrip Wawancara .....     | 80 |
| Lampiran 3 Foto bersama Narasumber ..... | 90 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, s., & kholish, a. (2016). *Prinsip - prinsip fundamental ekonomi islam*. 4(1), 97–118.
- Andriani, v. (2025). *Efek penggunaan diskon dan cashback terhadap keputusan pembelian konsumen pada media sosial shopee*. 5, 503–519. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v5i3.1379>
- European journal of hummanities and social sciences. (2023). Cashback and split payment as an e-commerce marketing strategy from the perspective of islamic ethics. <https://eu-opensci.org/index.php/ejsocial/article/view/18436>
- Equator science. (2021). Islamic law overview on the cashback system and the use of shoppe coins in buying transaction in the shopee application. <https://equatorscience.com/index.php/jabter/article/view/19>
- Hasibuan, a. T., anantha, a., damanik, i. J., & zein, a. W. (2025). *Falah sebagai tujuan akhir dalam ekonomi islam*. 2(1), 526–536.
- Islamic finance singapore. (2024). Faq #36: is cashback equivalent to interest?, <https://islamocfinance.sg/docs/fiqh-on-money/faq36/>
- Islamic zakat institute (izi).(2019). 5 pandangan syariat tentang diskon dan cashback uang digital. <https://izi.or.id/5-pandangan-syariat-tentang-diskon-dan-cashback-uang-digital/>
- Junaidi, h., & zainuddin, c. (2017). *Prinsip-prinsip ekonomi islam: sebuah kajian awal heri junaidi cholidi zainuddin* □. 3(1), 1–14.
- Jurianti, n. L. (2022). *Strategi potongan harga dengan model cashback pada aplikasi payment bangbeli ( studi pada : pt . Doa anak digital ) fakultas ekonomi dan bisnis islam pada aplikasi payment bangbeli ( studi pada : pt . Doa anak digital )*. November.
- Khoerulloh, a. K., & hidayah, s. R. (2023). *Analisis konsep cashback dalam transaksi e-. 4(2), 73–82*.
- Nahied umami, m. A. (2025). *Komodifikasi hadis dalam akun instagram elzatta hijab*.
- Nisa, f. S. (2023). *Pengaruh diskon, cashback, dan promo gratis ongkos kirim terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee*.
- Notowijoyo, e., & loisa, r. (2020). *Analisis komunikasi pemasaran go-pay melalui promosi cashback*. 332–338.
- Nurhaibah, s., & apriadi, d. (2025). *Analisis pengaruh dompet digital dan cashback terhadap perilaku keuangan konsumen di e-commerce ( studi kasus shopeepay dan dana pada pengguna usia 18-25 tahun di kota bandung )*. 5, 59–72.
- Rahmadian, m. F., badriyah, n., & pembangunan, e. (2025). *Jdess 04.01.2025*. 4(1), 197–207.
- Rahmi, c. (2023). *Memahami ekonomi dan keuangan islam*. 1(2).
- Rayyahun, a. (2025). *Implementasi prinsip-prinsip ekonomi islam dalam konteks ekonomi indonesia*. 11(1), 46–53.
- Sarce, k., dewi, r., teguh, h., gs, a. D., & surabaya, u. (2024). *Dampak iklan dan cashback terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee di*

kota surabaya.

- Sari, n. N., & yuniar, a. (2021). *Analisis hukum islam terhadap cashback di tokopedia*. 05.
- Sari, nurfyana narmia, msbahuddin, asfira yuniar, dan ibtisam. (2021). *Analisis hukum islam terhadap cashback di tokopedia*. Jurnal hukum ekonomi syariah.  
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jhes/article/view/5682>
- Savitri, m., mahardini, s., & kurniawan, l. (2025). *Pengaruh program cashback , diskon , dan metode pembayaran terhadap minat beli konsumen kopi unclebrew*. 8(1), 1–10.
- Susilowati, n., anggraeni, h. P., & ayun, a. B. K. (2025). *The effect of discounts and cashback features on e-wallets on*. 47–60.
- Syafi'i, alfan, dini madinah, dan dinda nurdaimah. (2021). *Islamic law overview on the cashback system and the use of shopee coins in buying transaction in the shopee application*. Jabter,  
<https://equatorscience.com/index.php/jabter/article/view/19>
- Syaparuddin. (2024). *Ekonomi islam : solusi terhadap berbagai permasalahan sosial-ekonomi*.
- Teresha, c., fazri, a., & musnaini. (2022). *Pengaruh diskon, voucher, dan cashback terhadap minat konsumen menggunakan pembayaran elektronik shoepay*. 10(1), 20–27.
- Widoretno, s. A., & amalia, e. (2022). *Fenomena guru non-muslim di madrasah bali sebagai potret moderasi beragama*. Widyadewata, 5(2), 173–182.  
<https://doi.org/10.47655/widyadewata.v5i2.97>
- Zahri, c., & prayadi, c. A. (2022). *Pengaruh program cash back dan transfer payment terhadap keputusan pembelian mobil honda pada pt . Istana deli kencana medan*. 16(july), 346–357.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A