



**PENGARUH PROMO GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK SKINCARE DI SHOPEE**

**SKRIPSI  
(Tugas Akhir)**

**Tiurma Lumbantoruan**  
UNIVERSITAS  
44320110029  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA  
2024**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiurma Lumbantoruan  
NIM : 44320110029  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Produk Skincare Di Shopee

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 5 September 2024



(Tiurma Lumbantoruan)

## HALAMAN PENGESAHAN


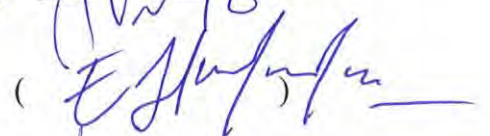

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tiurma Lumbantoruan  
NIM : 44320110029  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap  
Minat Beli Produk Skincare Di Shopee

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.


Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si  
NIDN : 0319027201  
Ketua Penguji : Dr. Enjang Pera Irawan, M.Ikom  
NIDN : 0322028702  
Penguji Ahli : Tri Diah Cahyowati, Dra, M.Si  
NIDK : 8941650022

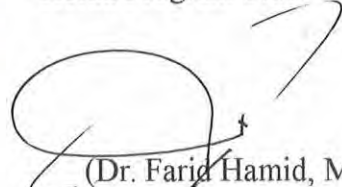
()  
()  
()

Jakarta, 12 September 2024  
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiorma Lumbantoruan  
NIM : 44320110029  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Minat Beli Produk Skincare Di Shopee

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 September 2024

Yang menyatakan,



(Tiorma Lumbantoruan)

## ABSTRAK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiurma Lumbantorua  
NIM : 44320110029  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan : Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Produk Skincare Di Shopee  
Skripsi  
Dosen Pembimbing : Dr. Santa MargarethaNikenRestaty, M.Si

Kemajuan teknologi saat ini sangat berpengaruh pada ide kreatif dalam sistem pemasaran, untuk itu perusahaan Shopee melakukan berbagai macam bentuk promosi untuk memikat hati pelanggannya baik itu sebagai penjual maupun sebagai pembeli. Salah satu promo yang di berikan Shopee adalah promo gratis ongkir. Dari penelitian yang sudah ada sebelumnya, bahwa promo gratis ongkir ini mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap Minat Beli, keberhasilan upaya membangun Minat Beli sangat ditentukan oleh strategi promosi yang menarik, yakni dengan adanya gratis ongkir pembeli akan mengeluarkan biaya yang lebih hemat karena tidak perlu membayar biaya pengiriman ketika berbelanja online.

Pada penelitian ini menggunakan indikator yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu gratis ongkir yang meliputi, memberikan perhatian, memiliki daya tarik, membangkitkan keinginan membeli, mendorong melakukan pembelian dari Sari, 2019. Sedangkan pada minat beli indikator yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu transaksional, refrensional, prefrensional dan eksploratif dari Ferdinan, 2014.

Jenis penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif . Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey berupa kuisisioner. Peneliti mengumpulkan data secara primer yaitu menyebarkan kuisisioner kepada responden sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data yaitu teknik purposive sampling. Responden dari penelitian ini adalah Masyarakat yang tinggal di wilayah Jabodetabek Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) dengan minimal usia 17 tahun dan pernah berbelanja di Shopee.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh promo gratis ongkos kirim terhadap minat beli yaitu berpengaruh sebesar 77,5%.

**Kata Kunci:** *Promo Gratis Ongkos Kirim, Minat Beli, Shopee, Skincare.*



## ABSTRACT

Name : Tiurma Lumbantorua  
NIM : 44320110029  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Internship Report : Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Minat Beli Produk Skincare Di Shopee  
Counselor : Dr. Santa MargarethaNikenRestaty, M.Si

*The advancement of technology today has a significant impact on creative ideas in marketing systems. For this reason, Shopee has implemented various promotional strategies to attract its customers, both sellers and buyers. One of the promotions offered by Shopee is the free shipping promo. Previous research has shown that this free shipping promotion has a significant influence on purchase interest. The success of efforts to build purchase interest is largely determined by appealing promotional strategies. With free shipping, buyers save money as they do not have to pay shipping fees when shopping online.*

*This study uses indicators related to free shipping, including providing attention, having appeal, stimulating the desire to buy, and encouraging purchases, as referenced by Sari (2019). In terms of purchase interest, the indicators used for this research are transactional, referential, preferential, and explorative, as defined by Ferdinan (2014).*

*The type of research conducted is explanatory research with a quantitative approach. The research method used is a survey method in the form of a questionnaire. The researcher collected primary data by distributing questionnaires to 100 respondents. This research was conducted using purposive sampling techniques. The respondents for this study were individuals residing in the Jabodetabek area (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), aged 17 and older, who had previously shopped on Shopee.*

*Based on the results of this study, it can be concluded that there is an influence of the free shipping promo on purchase interest, specifically with an impact of 77.5%.*

**Keywords: Free Shipping Promo, Purchase Interest, Shopee, Skincare.**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia-Nya yang besar akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercubuana.

Adapun judul dari penulisan skripsi ini adalah : “Pengaruh promo gratis ongkos kirim terhadap minat beli produk skincare di shopee”

Dalam proses penyelesaian skripsi ini tentunya tidak lepas dari peranan dan bantuan berharga dari beberapa pihak. Pada kesempatan kali ini, dari lubuk hati yang paling dalam peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan ungkapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Santa MargarethaNikenRestaty, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan, dukungan, motivasi dan pengajaran dengan sangat baik sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik peneliti atas segala bimbingan dan masukan yang telah diberikan.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kewajibannya sebagai pemimpin yang amanah sehingga kami sebagai mahasiswa bisa belajar dengan nyaman.
4. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang juga telah melaksanakan kewajibannya sebagai pemimpin yang amanah.

5. Bapak dan Ibu Dosen Pengampu Mata Kuliah Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dan mengajarkan ilmunya mengenai Ilmu Komunikasi.
6. Ibu Lauri Silaban dan Bapak Ongal Lumbantoruan selaku orang tua peneliti, yang telah mendoakan, mendidik dan memberikan dorongan semangat. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk mama dan bapa yang telah mengisi dunia peneliti dengan begitu banyak kebahagiaan. Terima kasih atas semua cinta yang telah mama dan bapa berikan kepada peneliti. Semoga kalian sehat selalu dan panjang umurnya dan semoga selesainya skripsi ini dapat menjadi kebanggaan dan kebahagiaan mama dan bapa.
7. Seluruh keluarga tanpa terkecuali, yang telah banyak membantu saya sehingga saya bisa di tahap ini. Terima kasih karena kalian memberi semangat dan doa kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Dodi Andriano yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dan yang selalu setia mendengar keluh kesah dan menjadi tempat bercerita dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman yang selalu ada Ka Yenti, Irma, Ka Lena, Ka Lina, Ka tum, Ka nova yang selalu memberi dukungan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan, Savana, Ka Jihan, dan Khususnya untuk teman saya Miranda yang sudah menjadi tempat berbagi cerita dan selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Staff Mercu Buana yang membantu peneliti dalam pengumpulan dokumen dan surat - surat untuk kebutuhan penelitian.
12. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, semoga kebaikan kalian mendapatkan ganjaran yang setimpal.



Dengan segala kerendahan hati, peneliti memohon maaf apabila ditemukan kekeliruan dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini. Peneliti sangat mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi perbaikan terhadap penelitian ini, juga demi untuk pijakan bagi peneliti dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.

Jakarta, 6 Agustus 2024



Tiurma Lumbantoruan

44320110029



## DAFTAR ISI

<b>COVER JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>III</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b>	
<b>UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>IV</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>V</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    LATAR BELAKANG .....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH .....	11
1.3    TUJUAN PENELITIAN.....	11
1.4    MANFAAT PENELITIAN.....	11
1.4.1 <i>Manfaat Teoritis</i> .....	11
1.4.2 <i>Manfaat Praktis</i> .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1    PENELITIAN TERDAHULU .....	13
2.2    KAJIAN TEORITIS.....	17
2.2.1 <i>IMC (Integreted Marketing Communication)</i> .....	17
2.2.2 <i>Promosi</i> .....	18
2.2.3 <i>E-commerce</i> .....	22
2.2.4 <i>Perilaku Konsumen</i> .....	24
2.2.5 <i>Gratis Ongkos Kirim</i> .....	25
2.2.6 <i>Minat Beli</i> .....	27
2.2.7 <i>Teori Aisas</i> .....	29
2.3    KERANGKA KONSEPTUAL .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1    PARADIGMA PENELITIAN .....	34
3.2    METODE PENELITIAN.....	34
3.3    POPULASI DAN SAMPEL.....	35
3.3.1 <i>Populasi</i> .....	35
3.3.2 <i>Sampel</i> .....	36
3.4    DEFENISI KONSEP DAN OPERASIONAL KONSEP .....	37

3.4.1	<i>Defenisi Konsep</i> .....	37
3.4.2	<i>Operasionalisasi Konsep</i> .....	38
3.5	TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	40
3.5.1	<i>Data Primer</i> .....	40
3.5.2	<i>Data Sekunder</i> .....	42
3.5.3	<i>Uji Validitas</i> .....	42
3.5.4	<i>Uji Reliabilitas</i> .....	43
3.6	TEKNIK ANALISIS DATA .....	45
3.6.1	<i>Tahap penyuntingan (editing)</i> .....	45
3.6.2	<i>Tahap pengkodean (coding)</i> .....	45
3.6.3	<i>Analisis korelasi</i> .....	46
3.6.4	<i>Analisis Regresi Linier Sederhana</i> .....	48
3.6.5	<i>Uji Koefisien Determinasi</i> .....	49
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....		<b>50</b>
4.1	GAMBARAN UMUM .....	50
4.2	HASIL PENELITIAN .....	51
4.2.1	<i>Karakteristik Data Responden</i> .....	52
4.2.2	<i>Pengolahan Data</i> .....	56
4.2.3	<i>Hasil Penelitian Variabel X (Promo Gratis Ongkos Kirim)</i> .....	61
4.2.4	<i>Hasil Penelitian Variabel Y (Minat Beli)</i> .....	69
4.2.5	<i>Uji Korelasi</i> .....	74
4.2.6	<i>Uji Regresi Linier Sederhana</i> .....	75
4.2.7	<i>Uji Koefisien Determinasi</i> .....	76
4.3	PEMBAHASAN .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		<b>80</b>
5.1	KESIMPULAN .....	80
5.2	SARAN .....	81
5.2.1	<i>Saran Akademis</i> .....	81
5.2.2	<i>Saran Praktis</i> .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>84</b>
<b>LAMPIRAN PENELITIAN</b> .....		<b>87</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1. 2 Logo Shopee .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1. 3 Karakteristik Perilaku dan Preferensi Konsumen .....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 1. 4 Promo Gratis Ongkir Shopee .....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 1. 5 Pembelian Produk Skincare Terbanyak di 5 E-Commerce.....</b>	<b>9</b>
<b>Gambar 1. 6 Kategori Skincare terlaris di Shopee Maret 2024 .....</b>	<b>9</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>32</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu</b> .....	13
<b>Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep</b> .....	38
<b>Tabel 3. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi</b> .....	46
<b>Tabel 3. 3 Nilai Koefisien Korelasi</b> .....	47
<b>Tabel 4. 1 Usia Responden</b> .....	53
<b>Tabel 4. 2 Pekerjaan Responden</b> .....	53
<b>Tabel 4. 3 Jenis Kelamin</b> .....	54
<b>Tabel 4. 4 Domisili Responden</b> .....	55
<b>Tabel 4. 5 Pernah Bertransaksi di Shopee</b> .....	55
<b>Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X</b> .....	56
<b>Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y</b> .....	59
<b>Tabel 4. 8 Reliability statistics X</b> .....	60
<b>Tabel 4. 9 Reliability statistics Y</b> .....	61
<b>Tabel 4. 10 Saya senang belanja produk skincare di Shopee karena adanya</b> .....	61
<b>Tabel 4. 11 Gratis ongkir di Shopee lebih mudah didapatkan dibanding</b> .....	62
<b>Tabel 4. 12 Saya selalu menggunakan promo gratis ongkos kirim saat berbelanja</b> .....	62
<b>Tabel 4. 13 Menurut saya produk skincare yang saya beli di Shopee sering</b> .....	63
<b>Tabel 4. 14 Saya tertarik membeli produk skincare di Shopee karena promo gratis</b> .....	63
<b>Tabel 4. 15 Saya tertarik membeli produk skincare di Shopee karena promo gratis</b> .....	64
<b>Tabel 4. 16 Promo gratis ongkir selalu saya gunakan ketika berbelanja produk</b> .....	65
<b>Tabel 4. 17 Gratis ongkir Shopee membangkitkan keinginan saya untuk memilih</b> .....	65
<b>Tabel 4. 18 Gratis ongkos kirim Shopee membangkitkan keinginan saya untuk</b> .....	66
<b>Tabel 4. 19 Saya memiliki keinginan untuk membeli produk skincare di Shopee</b> .....	67
<b>Tabel 4. 20 Gratis ongkir Shopee mendorong saya untuk membeli segala</b> .....	67
<b>Tabel 4. 21 Gratis ongkir Shopee mendorong saya melakukan pembelian ulang</b> .....	68
<b>Tabel 4. 22 Gratis ongkos kirim Shopee membuat saya memiliki niat untuk</b> .....	69
<b>Tabel 4. 23 Saya berniat untuk tetap membeli produk skincare di Shopee diluar</b> .....	69
<b>Tabel 4. 24 Promosi gratis ongkos kirim Shopee membuat saya memiliki</b> .....	70
<b>Tabel 4. 25 Saya ingin menceritakan pengalaman saya membeli produk skincare</b> .....	70

<b>Tabel 4. 26</b> Shopee menjadi preferensi utama saya ketika saya ingin membeli .....	71
<b>Tabel 4. 27</b> Saya tetap menjadikan Shopee sebagai pilihan utama untuk membeli .....	72
<b>Tabel 4. 28</b> Saya selalu mencari informasi mengenai gratis ongkos kirim Shopee .....	72
<b>Tabel 4. 29</b> Saya mencari informasi mengenai produk skincare di Shopee diluar.....	73
<b>Tabel 4. 30</b> Uji Korelasi .....	74
<b>Tabel 4. 31</b> Uji Regresi Linier Sederhana .....	75
<b>Tabel 4. 32</b> Koefisien Determinasi.....	77

