

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA SHOPEE**

**SIDANG SEMINAR
PROPOSAL SKRIPSI**



**Yuniarti Puspitasari
1161903037**

**Universitas Bakrie
Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial
2017**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA SHOPEE**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



YUNIARTI PUSPITASARI

1161903037

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Yuniarti Puspitasari

NIM : 1161903037

Tanda Tangan : 

Tanggal : Februari 2018

HALAMAN PENGESAHAN

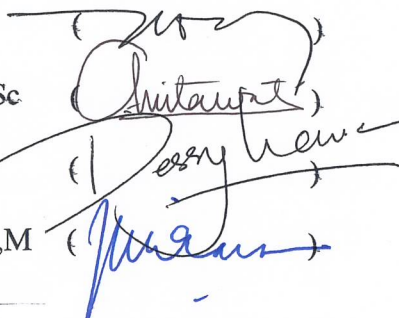
Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Yuniarti Puspitasari
NIM : 1161903037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Sales Promotion terhadap Loyalitas Pengguna
Shopee

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M.
Pembimbing 2 : M. Th. Anitawati, Ir., MS., MSc
Penguji 1 : Dessy Kania, B.A., M.A.
Penguji 2 : M. Mirana Hanasthasia, S.Sos., M
Media Prac



Handwritten signatures of the examiners and supervisors, including Dra. Suharyanti, M. Th. Anitawati, Ir., Dessy Kania, and M. Mirana Hanasthasia.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Februari 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, Tugas Akhir ini tidak bisa selesai tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulisan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Kusnarya dan Eks Ariestika yang selalu memberikan doa dan dukungan secara moral dan materi;
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Kaprodi dan dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memotivasi, memberikan banyak masukan, dan membantu penulis dalam berbagai hal, baik akademik maupun non akademik.
3. Ibu M. Th. Anitawati, Ir., MS., MSc, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak membantu dan memberikan pemahaman kepada penulis terkait metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam Tugas Akhir ini.
4. Teman-teman Inka Rima, Nurul Na'afiah, Aminah Munaya, Khansa Nadhira, Mikha Sherly, Diantidini yang telah bersama-sama melalui suka dan duka dalam menjalankan perkuliahan dan menyelesaikan Tugas Akhir ini;
5. Teman-teman Michiners: Umi Chotimah, Chyntia Dewi Juliani, Mila Nindia yang selalu memberi semangat dan menjadi teman berbagi ilmu selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah berbagi ilmu kepada penulis untuk penulisan Tugas Akhir ini, serta persiapan penulis untuk terjun dalam industri kerja;
7. Teman-teman Kelas Karyawan khususnya Marketing Communication yang selalu menjadi tempat berbagi selama melalui masa kuliah selama tiga semester ini;

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan untuk membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi orang-orang yang membacanya.

Jakarta, 13 Februari 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Yuniarti Puspitasari
NIM : 1161903037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA SHOPEE

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Februari 2018

Yang menyatakan


(Yuniarti Puspitasari)

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA SHOPEE

Yuniarti Puspitasari

ABSTRAK

Shopee menggunakan promosi penjualan sebagai alat promosinya. Promosi penjualan yang digunakan oleh Shopee adalah *voucher*, diskon, *cashback*, dan *free ongkir*. Penelitian ini berfokus pada pengaruh promosi penjualan Shopee terhadap loyalitas pengguna saja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan mengumpulkan data melalui metode survei. Populasi penelitian adalah pengguna aktif Shopee yang pernah menggunakan salah satu promosi di Shopee. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel berjumlah 102 responden berhasil dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu kuesioner yang disebarakan secara *online*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda. Lalu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *voucher* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, dibuktikan dengan nilai uji t sebesar 1,576, nilai signifikansi sebesar 0,037, dan nilai koefisien regresi sebesar 2,115; (2) *cashback* tidak berpengaruh terhadap loyalitas, dibuktikan dengan nilai uji t sebesar 0.288, nilai signifikansi sebesar 0,266, dan nilai koefisien regresi sebesar 1.119; (3) diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, dibuktikan dengan nilai uji t sebesar 0.625, nilai signifikansi sebesar 0,002, dan nilai koefisien regresi sebesar 3.142; (4) *free ongkir* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dibuktikan dengan nilai uji t sebesar 0,491, nilai signifikansi sebesar 0,390, dan nilai koefisien regresi sebesar 0.864. (5) Berdasarkan uji F, menghasilkan nilai F sebesar 9,596 dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *voucher*, *cashback*, diskon, dan *free ongkir* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.

Kata kunci: *e-commerce*, promosi penjualan, loyalitas

THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION ON THE LOYALTY OF SHOPEE USER

Yuniarti Puspitasari

ABSTRACT

Shopee uses sales promotion as their promotion tools. Shopee uses various sales promotion, such as voucher, discount, cashback, and free shipping. The focus point of this research was to find out the influence of sales promotion that Shopee uses, on the loyalty of their users. This research used quantitative-explanative approach by collecting data through a survey. The population of this research were the active user of Shopee that have used one of the various promotion in Shopee. This research used non-probability sampling as the sampling technique and purposive sampling method. Samples were taken as much as 102 respondents through the online questionnaire. Data that has been collected was analyzed with multiple regression technique. The result of this research have shown (1) voucher significantly influence the user loyalty, it was verified with t-test score that stated 1,576, significance score that stated 0,037, regression coefficient score that stated 2,115; (2) cashback does not significantly influence the user loyalty, it was verified with t-test score that stated 0,288, significance score that stated 0,266, and regression coefficient score that stated 1,119; (3) discount significantly influence the user loyalty, it was verified with t-test score that stated 3,142, significance score that stated 0,002, and regression coefficient score that stated 3.142; (4) free shipping does not significantly influence the user loyalty, it was verified with t-test score that stated 0,491, significance score that stated 0,390, and regression coefficient score that stated 0,862. (5) Based on the result of F test was 9,596 and the significance level was 0,000. Therefore, we concluded that the variables such as voucher, cashback, discount, and free shipping simultaneously and significantly influenced the user loyalty.

Keyword: E-commerce, sales promotion, loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KERANGKA TEORETIS	
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2 Kerangka Teori	20
2.2.1 Pemasaran	20
2.2.1.1 Pemasaran Klasik	21
2.2.1.2 Pemasaran Digital.....	32
2.2.2. Loyalitas Pelanggan	35
2.2.2.1 Pengukuran Loyalitas	36
2.2.2.2 Jenis-Jenis Loyalitas	36

2.2.2.3	Komponen Loyalitas	37
2.3	Kerangka Teoritis	38
2.4	Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian	43
3.2	Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	44
3.3	Definisi Konseptual dan Oprationalisasi Variabel	46
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Data Primer	48
3.4.2	Data Sekunder	48
3.5	Teknik dan Analisis Data.....	48
3.5.1	Analisis Deskriptif	49
3.5.2	Analisis Regresi	49
3.5.3	Uji F	50
3.5.4	Uji t	51
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan data	52
3.6.1	Uji Validitas	52
3.6.2	Uji Reliabilitas	53
3.7	Keterbatasan Penelitian	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1	Profil Shopee.....	55
4.2	Hasil Penelitian.....	60
4.2.1	Karakteristik Responden.....	60
4.2.2	Analisis Jawaban Responden	65
4.2.3	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	73

4.2.4 Hasil Pengujian Regresi Berganda.....	79
4.3 Pembahasan	82
4.3.1 <i>Voucher</i> terhadap loyalitas	82
4.3.2 <i>Cashback</i> terhadap loyalitas.....	83
4.3.3 Diskon terhadap loyalitas.....	84
4.3.4 <i>Free Ongkir</i> terhadap loyalitas.....	85
4.3.5 <i>Sales Promotion</i> terhadap loyalitas.....	86
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	13
Tabel 2.2 Bentuk-Bentuk Interaksi di Dunia Bisnis	21
Tabel 2.3 Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia	23
Tabel 3.1 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	47
Tabel 3.2 Tabel Instrumen Skala Likert.....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	60
Tabel 4.2 Perolehan jawaban variabel <i>voucher</i>	67
Tabel 4.3 Perolehan jawaban variabel <i>cashback</i>	68
Tabel 4.4 Perolehan jawaban variabel diskon	69
Tabel 4.5 Perolehan jawaban variabel <i>free ongkir</i>	71
Tabel 4.6 Perolehan jawaban variabel <i>loyalitas</i>	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.9 Hasil Uji R ²	82
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	83

Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	83
-----------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fitur Shopee	4
Gambar 1.2 Gratis Ongkir.....	5
Gambar 1.3 Flash Sale Shopee	6
Gambar 1.4 Welcome Voucher Shopee	7
Gambar 1.5 Cashback Shopee	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	55
Gambar 4.2 Iklan Shopee.....	56
Gambar 4.3 <i>Free Ongkir</i> Shopee	56
Gambar 4.4 <i>Flash sale</i> Shopee	57
Gambar 4.5 <i>Voucher</i> Shopee	58
Gambar 4.6 <i>Cashback</i> Shopee	58

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1 Usia Responden.....	62
Diagram 4.2 Domisili Responden.....	63
Diagram 4.3 Pekerjaan Responden.....	63
Diagram 4.4 Pengeluaran Responden.....	64
Diagram 4.5 Kepemilikan akun Shopee.....	65
Diagram 4.6 Melakukan pembelian di Shopee.....	65
Diagram 4.7 Menggunakan promosi Shopee.....	66
Diagram 4.8 Aktif dalam satu tahun terakhir.....	66
Diagram 4.9 Perolehan jawaban <i>voucher</i>	67
Diagram 4. 10 Perolehan jawaban <i>cashback</i>	69
Diagram 4. 11 Perolehan jawaban diskon.....	71
Diagram 4. 12 Perolehan jawaban <i>free ongkir</i>	72

Diagram 4. 13 Perolehan jawaban loyalitas	75
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	x
LAMPIRAN 2 HASIL SPSS1	xv