

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA SHOPEE FOOD
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI L.R. TEMBESU,
BUKIT LAMA, PALEMBANG)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**JULIA SACHA ARISKA
NPM 061930600673**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA SHOPEE FOOD
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI LR. TEMBESU,
BUKIT LAMA, PALEMBANG)**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**JULIA SACHA ARISKA
NPM 061930600673**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

**Pridson Mandiangan, S.E., M.M.
NIP 195803201989101001**

Pembimbing II,

**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M.
NIP 19750212001122001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.
NIP 197602222002121001**

**Koordinator Program Studi
D-III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 1982032420080120009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Julia Sacha Ariska
NPM : 061930600673
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi *Shopee Food* Terhadap Minat Beli Pengguna *Shopee Food* Studi Kasus Pada Mahasiswa di Lr. Tembesu, Bukit Lama, Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 2022

Yang membuat pernyataan,



Julia Sacha Ariska

NPM 061930600673

LEMBAR PENGESAHAN



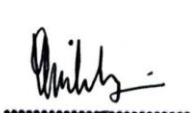
Nama : Julia Sacha Ariska
NPM : 061930600673
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi *Shopee Food* Terhadap Minat Beli Pengguna *Shopee Food* Studi Kasus Pada Mahasiswa di Lr. Tembesu, Bukit Lama, Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal :

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Pridson Mandiangan, S.E., M.M.</u> Ketua Penguji		15 Agustus 2022
2.	<u>Deslochal Djumrianti, S.E., MIS., Ph.D.</u> Anggota Penguji		15 Agustus 2022
3.	<u>Mariskha Z, S.E., M.M.</u> Anggota Penguji		15 Agustus 2022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkan untuknya jalan menuju surga” (H.R. Bukhari dan Muslim)

**“Tangga kesuksesan tak pernah penuh sesak di bagian puncak”
(Napoleon Hill)**

Kupersembahkan kepada:

- **Ayah dan Ibuku Tercinta**
- **Adik-adikku Tercinta**
- **Sahabat-sahabat terbaik saya**
- ***Suport System* saya**
- **Teman-teman kelas 6 NA 2022**
- **Almamater**

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Saya menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Pridson Mandiangan, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah banyak memberikan ilmunya kepada saya selama saya kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Orang tua saya tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan bantuan baik moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnya untuk saya. Terima kasih untuk segala doa dan pengorbanannya.
9. Adik-adik saya tercinta Afriandini dan Destri Audia Putri yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya.

10. Sahabat-sahabat saya di kelas 6 NA terkhusus Nongsuky (Tinah, Amik, Alyak, Nasya, Sigit, Loay, Roy), Sahabat-sahabat saya Bedoel (Ayu, Syifa, Indah, Lola) dan teman-teman seperjuangan lainnya.
11. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah dengan ikhlas dan semangat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
12. Terima kasih juga untuk *support system* saya, lelaki yang saya sapa dengan sebutan abang, terima kasih telah membantu menemani suka duka dalam penyusunan laporan akhir ini.
13. Semua pihak yang telah membantu saya selama ini.

Akhir kata saya mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada saya, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga selalu mendapat perlindungan-Nya Aamiin.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi *Shopee food* terhadap minat beli pengguna *Shopee food* studi kasus pada Mahasiswa di Lr. Tembesu, Bukit Lama, Palembang. Sumber data diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan riset lapangan dan riset kepustakaan. Riset lapangan dilakukan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert kepada 93 mahasiswa di Lr. Tembesu, Jalan Srijaya Negara, Bukit Lama, Palembang yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Sederhana yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 22 *for windows*. Berdasarkan hasil uji hubungan korelasi antar variabel promosi (x) dan variabel minat beli (y) membuktikan bahwa variabel promosi dan variabel minat beli memiliki hubungan yang kuat yaitu sebesar 0,669. Hasil analisis koefisien determinasi adalah sebesar 44,8% promosi berpengaruh terhadap minat beli. Koefisien regresi variabel promosi (X) bernilai positif yang berarti bahwa hubungan antara variabel x dan y adalah searah, jika terjadi kenaikan terhadap promosi sebesar satu-satuan, maka minat beli pengguna Shopee Food akan meningkat sebesar 0,445.

Kata Kunci: *Promosi, Minat Beli, Shopee Food*

ABSTRACT

The study is aimed at recognizing the impact the Shopee food promotion has on Shopee food users' interest in case studies. The tembesu, the old hill, the anvil. Data sources are derived from primary and secondary data sources. Data collection methods are employed with field research and literature research. Field research is done by developing a questionnaire using the likert scale to 93 students in Ir. The tembesu, the old hill, which we sampled in the study. The analysis tool used is a simple linear regression analysis treated using a version of SPSS application 22 for Windows. Based on test correlation between promotion variables (x) and interest purchase variables (y) prove that promotional and interest purchase variables have a strong relationship of 0.669. The results of coefficient determinations at 44.8% of the promotion affected interest on purchasing. Coefficient. regression of promotion variables (x) is of positive value, which means that the relationship between x and y variables is unionized, if the promotional variable increases by one unit, shopee food user interest will rise by 0.445.

Keywords: *Promotion, Intention to Buy, Shopee Food*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
1.5 Metodologi Penelitian	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	9
1.5.4 Populasi dan Sampel	9
1.5.5 Analisis Data	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Pemasaran	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.1.2 Bauran Pemasaran	16
2.2 Promosi	21
2.2.1 Pengertian Promosi	21
2.2.2 Bauran Promosi	21
2.3 Promosi Penjualan	23
2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan	23
2.3.2 Contoh <i>Sales Promotion</i>	24
2.4 Minat Beli Konsumen	26
2.4.1 Pengertian Minat Beli Konsumen	26
2.4.2 Indikator Minat Beli	27
2.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	27
 BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	 29
3.1 Sejarah Singkat <i>Shopee Food</i>	29
3.2 Visi, Misi dan Logo Perusahaan	30
3.3 Struktur Organisasi	31
3.4 Promosi yang dilakukan <i>Shopee Food</i>	32
3.5 Profil Responden	39
3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden	40
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 43
4.1 Hasil	43
4.1.1 Analisa Statistik Deskriptif	43
4.1.2 Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linear Sederhana	47
4.2 Pembahasan	53
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
 DAFTAR PUSTAKA	 57
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tanggapan Responden Pra Penelitian	5
Tabel 1.2 Skala Likert	12
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Semester	40
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 3.4 Skor Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Promosi (X)	41
Tabel 3.5 Skor Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Minat Beli (Y) ...	43
Tabel 4.1 Dasar Interpretasi Skor Item	46
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Promosi (X)	46
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Minat Beli (Y)	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X)	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X)	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Top Brand E-Commerce</i> di Indonesia 2021	3
Gambar 1.2 Layanan Pengantaran Makanan	3
Gambar 1.3 Logo Shopee Food	4
Gambar 3.1 Logo Shopee Food	31
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Shopee	32
Gambar 3.3 Promo Gratis Ongkir	34
Gambar 3.4 Promo 30%-60%	35
Gambar 3.5 Promo <i>Bundling</i> Shopee Food	36
Gambar 3.6 Rincian Promo <i>Bundling</i> Shopee Food 48x	36
Gambar 3.7 Rincian Promo <i>Bundling</i> Shopee Food 19x	37
Gambar 3.8 Syarat dan Ketentuan Promo <i>Bundling</i> Shopee Food	38
Gambar 3.9 Lanjutan Syarat dan Ketentuan Promo <i>Bundling</i> Shopee Food...	39

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
2. Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
3. Lembar Bimbingan Pembimbing I
4. Lembar Bimbingan Pembimbing II
5. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
6. Lembar Kuesioner
7. Lembar Rekapitulasi Jawaban Responden Promosi (X)
8. Lembar Rekapitulasi Jawaban Responden Minat Beli (Y)
9. Output Statistik Deskriptif Promosi (X)
10. Output Statistik Deskriptif Minat Beli (Y)
11. Output SPSS Uji Validitas & Reliabilitas Promosi (X)
12. Output SPSS Uji Validitas & Reliabilitas Minat Beli (Y)
13. Output Uji Koefisien Determinasi dan Regresi Sederhana
14. Lembar Pelaksanaan Revisi LA
15. Lembar Tanda Persetujuan Revisi LA