

**PENGARUH *TAGLINE* “GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DALAM BERBELANJA *ONLINE*
PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**ABLAH FADHILAH
NPM 062330601330**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2026

**PENGARUH *TAGLINE* “GRATIS ONGKIR” TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DALAM BERBELANJA *ONLINE*
PADA MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**ABLAH FADHILAH
NPM 062330601330**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Sari L.Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Palembang, 24 Juli 2026
Pembimbing II,**

**Ulfah Muharramah, M.M.
NIP 199506012022032018**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari L.Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

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

**Dwi Riana, S.E., M.AB.CFA.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ablah Fadhilah
NPM : 062330601330
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Tagline* “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* dalam Berbelanja *Online* pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya

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 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, 15 Juni 2026



Ablah Fadhilah
NPM 062330601330

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ablah Fadhilah
NPM : 062330601330
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Tagline* “Gratis Ongkir” terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* dalam Berbelanja *Online* pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya

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

Pada Hari: Jum'at

Tanggal: 24 Juli 2026

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE Ketua Penguji		27/7 2026
2.	Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M. Anggota Penguji		04/08/26
3.	Welan Mauli Angguna, S.Psi., M. Si Anggota Penguji		02/08/26
4.	Rizal Afif Abdullah Napitupulu, M.S.M Anggota Penguji		04/08/26
5.	Astika Ulfah Izzati, S.T., M. A.B Anggota Penguji		03/08/26

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

– Fa Inna ma'al usri yusra, Inna ma'al usri yusra –
“**Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.**”
~Surat Al- Insyirah Ayat 5-6~

**"I'm not there yet, but I'm closer than I was. Growing hurts,
but it's worth the beautiful view from the top."**
- Olivia Dean

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6NM 2026**

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Pengaruh *Tagline* “Gratis Ongkir” di Shopee terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* dalam Berbelanja *Online* pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya”, dengan baik dan tepat pada waktunya.

Laporan Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya. Secara umum, laporan ini membahas mengenai Pengaruh *Tagline* “Gratis Ongkir” di Shopee terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* dalam Berbelanja *Online* khususnya Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan D3 Administrasi Bisnis Angkatan 2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 130 responden, yang diolah menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tagline* “Gratis Ongkir” memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* dalam berbelanja *online* pada mahasiswa. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, khususnya bagi pengembangan ilmu Administrasi Penjualan serta sebagai referensi bagi pembaca yang akan melanjutkan penelitian lebih lanjut.

Penyusunan Laporan Akhir tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan semangat serta arahan selama proses penelitian ini berlangsung. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, baik dari segi penyusunan, penyajian materi, maupun tata bahasa yang digunakan. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

Palembang, 15 Juni 2025
Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, dukungan, seta motivasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini dengan penuh raya Syukur dan kerendahan hati penulis penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.A.B., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.A.B., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan serta saran selama proses penyusunan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Ulfah Muharramah, M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan saran, solusi dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan pengajaran, ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis menimba ilmu di Jurusan Administrasi Bisnis.
8. Kedua Orang Tua tercinta yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga Laporan Akhir ini dapat terselesaikan.
9. Kepada saudara-saudara dan keponakan-keponakan ku tercinta yang telah memberikan semangat, dukungan, arahan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.

Segala doa, bantuan, dukungan dan kebaikan yang diberikan oleh berbagai pihak selama proses penyusunan Laporan Akhir ini merupakan hal

yang sangat berarti bagi penulis. Penulis menyadari tanpa adanya dukungan tersebut Laporan Akhir ini tidak terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang, 15 Juni 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tagline* “gratis ongkir” terhadap keputusan pembelian produk *fashion* dalam berbelanja *online* pada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan D3 Administrasi Bisnis Angkatan 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 191 mahasiswa, dengan jumlah sampel sebanyak 130 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas serta analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Tagline* “Gratis Ongkir” berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *fashion* dalam berbelanja *online* pada mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya. Dengan demikian, semakin baik persepsi mahasiswa terhadap *tagline* “Gratis Ongkir”, maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian yang dilakukan terhadap produk *fashion* dalam berbelanja *online*. *Tagline* tersebut menjadi faktor pendorong bagi mahasiswa dalam memutuskan pembelian, meskipun terdapat faktor-faktor lain di luar *tagline* yang memengaruhi keputusan tersebut.

Kata Kunci: *Tagline*, gratis ongkir, keputusan pembelian, belanja *online*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the "Gratis Ongkir" (Free Shipping) tagline on purchasing decisions for fashion products in online shopping among the 2023 cohort of D3 Business Administration students at Politeknik Negeri Sriwijaya. The method used in this study is a quantitative method, with data collection carried out through the distribution of questionnaires using a Likert scale. The population in this study consisted of 191 students, with a sample size of 130 respondents determined using the Slovin formula and purposive sampling technique. The data obtained were analyzed using validity tests, reliability tests, normality tests, and simple linear regression analysis. The results of this study indicate that the "Gratis Ongkir" (Free Shipping) tagline has a positive and significant effect on purchasing decisions for fashion products in online shopping among Politeknik Negeri Sriwijaya students. Thus, the better the students' perception of the "Gratis Ongkir" tagline, the higher the purchasing decisions made for fashion products in online shopping. The tagline serves as a driving factor for students in making purchasing decisions, although there are other factors beyond the tagline that also influence those decisions.

Keywords: Tagline, free shipping, purchasing decision, online shopping

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup Laporan Akhir	8
1.4 Tujuan dan Manfaat Laporan Akhir.....	8
1.4.1 Tujuan Laporan Akhir.....	8
1.4.2 Manfaat Laporan Akhir.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian	10
2.3 Promosi	14

2.3.1 Bauran Promosi.....	14
2.3.2 Promosi “Gratis Ongkir”	15
2.4 Periklanan.....	16
2.4.1 Jenis-Jenis Iklan	16
2.5 <i>Tagline</i>	17
2.5.1 Karakteristik <i>Tagline</i>	13
2.5.2 Ukuran Keberhasilan <i>Tagline</i>	13
 BAB III METODE LAPORAN AKHIR	
3.1 Profil Perusahaan	20
3.1.1 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	20
3.2 Metode Laporan Akhir.....	20
3.2.1 Pendekatan Laporan Akhir.....	20
3.2.2 Jenis dan Sumber Data	20
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	22
3.2.4 Populasi dan Sampel	23
3.2.5 Pengolahan Data.....	25
3.2.6 Kerangka Pemikiran.....	30
3.2.7 Variabel Operasional.....	30
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil	32
4.1.1 Deskripsi Statistik Responden.....	32
4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	34
4.1.3 Hasil Analisis Statistik Deskripsi dan Inferensial	38
4.2 Pembahasan.....	41
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran.....	46
 DAFTAR PUSTAKA	 42
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Pra-Survei Pada Mahasiswa Jurusan D3 Administrasi Bisnis 2023.....	6
Tabel 3.2.6 Kerangka Pemikiran.....	30
Tabel 3.2.7 Variabel Operasional	30
Tabel 4. 1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 1.1.2 Karakteristik Responden Usia	33
Tabel 4. 1.1.3 Karakteristik Responden Kelas	33
Tabel 4. 1.3 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4. 1.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 1.2.2 Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	38
Tabel 4. 1.3 <i>Coefficients</i>	39
Tabel 4. 1.3.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Jumlah Usaha <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Transaksi Berdasarkan Kategori Produk	4
Gambar 3.2.6 Kerangka Pemikiran.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Kesepakatan Pembimbing I
2. Lembar Kesepakatan Pembimbing II
3. Lembar Bimbingan Pembimbing I
4. Lembar Bimbingan Pembimbing II
5. Surat Rekomendasi Manual
6. Surat Rekomendasi Sisak
7. Surat Izin Permohonan Pengambilan Data
8. Tabulasi Data Responden
9. Daftar Pernyataan Kuesioner
10. Hasil Uji Validitas
11. Hasil Uji Reliabilitas
12. Hasil Uji Normalitas
13. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana