

**PENGARUH IKLAN *ONLINE* DAN *TAGLINE* GRATIS
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
E-COMMERCE SHOPEE PADA GENERASI Z DI
SURABAYA UTARA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

VINITA SANDI WINARNI

NPM : 1121800028

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2022

**PENGARUH IKLAN *ONLINE* DAN *TAGLINE* GRATIS
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
E-COMMERCE SHOPEE PADA GENERASI Z DI
SURABAYA UTARA**

**SKRIPSI
HALAMAN SAMPUK**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

VINITA SANDI WINARNI

NPM : 1121800028

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : VINITA SANDI WINARNI


NPM : 1121800028


Judul : PENGARUH IKLAN *ONLINE* DAN *TAGLINE* GRATIS
ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
E-COMMERCE SHOPEE PADA GENERASI Z DI
SURABAYA UTARA

Surabaya, 28 Juni 2022

DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP.20120.87.0103


Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.
NPP.20120.93.0305

LEMBAR PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 28 Juni 2022:

Dewan Penguji:

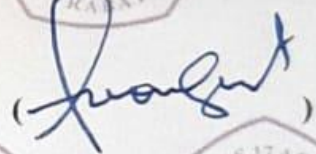
1. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**
Ketua



2. **Dra. Awin Mulyati, M.M.**
Anggota



3. **Dr. IGN Anom Maruta, M.M.**
Anggota



Mengesahkan

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Dr. Dra. Awin Maduwinarti, M.P.

NPP.20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vinita Sandi Winarni
NPM : 1121800028
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan *Online* Dan *Tagline* Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Pada Generasi Z Di Surabaya Utara

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 28 Juni 2022

Pembuat Pernyataan

(Vinita Sandi Winarni)

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 314)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : VINITA SANDI WINARNI
NBI/ NPM : 112100028
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH IKLAN ONLINE DAN TAGLINE GRATIS DAN KOS KIRIM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE
PADA GENERASI Z DI SURABAYA UTARA

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
Pada tanggal : 20 JUNI 2022

Yang Menyatakan,



(VINITA SANDI WINARNI.....)

*Coret yang tidak perlu

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, gaya hidup masyarakat mulai berubah dan beralih menyukai hal yang serba instan dan praktis. Salah satunya yaitu kemajuan teknologi internet yang dianggap menjadi salah satu media yang paling efektif dalam dunia pemasaran. Hal itu tentu saja dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk memasarkan produknya, terlebih lagi disaat ini sedang terjadi pandemi Covid-19. Kemunculan Covid-19 sempat membuat banyak aktivitas kegiatan harus terhenti dan terbatas. Oleh sebab itu saat ini kegiatan pemasaran dan jual beli dialihkan secara *Online*, yang dapat dengan mudah dilakukan melalui situs *E-Commerce*. Persaingan yang ketat menyebabkan berbagai situs *E-Commerce* mulai berlomba-lomba dalam menawarkan penawaran terbaiknya agar dapat memikat hati konsumen. *E-Commerce* Shopee merupakan salah satu situs belanja *Online* yang melakukan pemasaran melalui Iklan *Online* dan *Tagline* Gratis Ongkos Kirimnya untuk menarik konsumen melakukan keputusan pembelian. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Iklan *Online* Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Pada Generasi Z Di Surabaya Utara dan bagaimana Pengaruh *Tagline* Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Pada Generasi Z Di Surabaya Utara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, alat pengambilan data menggunakan kuesioner yang dilakukan melalui *google form*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para konsumen Shopee di Surabaya Utara. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dan menetapkan 100 responden sebagai sampel. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil yang diperoleh penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan *Online* memiliki pengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Pada Generasi Z Di Surabaya Utara dan *Tagline* Gratis Ongkos Kirim memiliki pengaruh positif Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Pada Generasi Z Di Surabaya Utara.

Kata Kunci : Iklan *Online*, Keputusan Pembelian, *Tagline* Gratis Ongkos Kirim

ABSTRACT

Along with the times and technology, people's lifestyles have begun to change and switch to liking things that are instant and practical. One of them is the advancement of internet technology which is considered to be one of the most effective media marketing. This media is used by business people to market their products, especially when the Covid-19 pandemic is going on. The emergence of Covid-19 had made many activities have to be stopped and limited. Therefore, currently marketing buying and selling activities are transferred by Online, which can be easily done through the E-Commerce site. Intense competition has caused various E-Commerce sites to start competing in offering their best offers in order to captivate consumers. E-Commerce Shopee is one of the Online shopping sites that conducts marketing through Online Advertising and Free Shipping Taglines to attract consumers to make purchasing decisions. This research was conducted to find out how the Effect of Online Advertising of Purchase Decisions E-Commerce Shopee on Z Generation in North Surabaya and how the Effect of Free Shipping Tagline of Purchase Decisions E-Commerce Shopee on Z Generation in North Surabaya. This study uses quantitative methods, collection data tools using a questionnaire via google form. The population used in this study are Shopee consumers in North Surabaya. Using purposive sampling technique and set 100 respondents as samples. Technique data analysis used is multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results obtained from this study indicate that Online advertising has a positive effect of Purchase Decisions E-Commerce Shopee on Z Generation in North Surabaya and the Free Shipping Tagline has a positive effect of Purchase Decisions E-Commerce Shopee on Z Generation in North Surabaya.

Keywords: *Online Advertising, Purchase Decision, Free Shipping Tagline*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas karunia dan petunjuk-Nya sehingga saya dapat menyusun skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Iklan *Online* Dan *Tagline* Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian *E-Commerce* Shopee Pada Generasi Z Di Surabaya Utara” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan secara langsung maupun tidak langsung, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. ALLAH SWT atas segala nikmat, karunia, serta kemudahan yang diberikan kepada penulis.
2. Kedua orang tua dan keluarga saya yang senantiasa memberikan dukungannya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sekaligus dosen pembimbing pertama saya.
5. Ibu Dra. Sri Andayani M.M. selaku pembimbing kedua saya.
6. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
7. Keponakan saya Azka Abyaz Putra yang selalu menjadi penghibur serta sahabat sejati saya.
8. Syaharani, Elviana dan semua teman-teman saya lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
9. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner serta seluruh pihak yang telah terlibat.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu saya mengharapkan adanya

dukungan positif berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembacanya

Surabaya, 28 Juni 2022

Vinita Sandi Winarni

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	8
1.5 SISTEMATIKA PENELITIAN	9
BAB II.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1. Pemasaran.....	14
2.2.2. Bauran Pemasaran	14
2.2.3. Promosi	16
2.2.4. Iklan.....	17
2.2.5. Iklan <i>Online</i>	18

2.2.6. <i>Tagline</i> Gratis Ongkos Kirim.....	21
2.2.7. Keputusan Pembelian.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.5 Definisi Konsep.....	27
2.6 Definisi Operasional.....	27
2.6 Hipotesis.....	28
BAB III.....	29
3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.7 Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV	37
4.1 Penyajian Data.....	37
4.3. Tabulasi Data	46
4.4 Analisis Data	59
4.5 Pembahasan.....	67
BAB V.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> Tercepat Di Dunia Tahun 2018.....	3
Tabel 1. 2 Riset Snapchart Konsumen Shopee yang Paling Disukai (Juli 2020).....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi	35
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	42
Tabel 4. 5 Uji Validitas	43
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 7 Interval Rata-Rata Score	45
Tabel 4. 8 Tabulasi Variabel Iklan <i>Online</i>	46
Tabel 4. 9 Tabulasi Variabel <i>Tagline</i> Gratis Ongkos Kirim	49
Tabel 4. 10 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 11 Tabulasi Skor Mean Variabel Iklan <i>Online</i>	55
Tabel 4. 12 Tabulasi Skor Mean Variabel <i>Tagline</i> Gratis Ongkos Kirim.....	56
Tabel 4. 13 Tabulasi Skor Mean Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4. 15 Uji Kolmogorov Smirnov	61
Tabel 4. 16 Uji Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4. 17 Uji t	64
Tabel 4. 18 Uji Korelasi	66
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Terbanyak di Asia tahun 2021	1
Gambar 1. 2 Riset iPrice Kuartal 3 tahun 2019 Top <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Pengunjung Bulanan Situs <i>E-Commerce</i> Kuartal 3 tahun 2020.....	5
Gambar 1. 4 Pengunjung Bulanan <i>E-Commerce</i> kuartal 3 tahun 2021	5
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	24
Gambar 2. 2 Kerangka pemikiran	26
Gambar 4. 1 Profil Shopee	37
Gambar 4. 2 Kategori Produk Shopee.....	38
Gambar 4. 3 Iklan <i>Online</i> Shopee	38
Gambar 4. 4 <i>Tagline</i> Gratis Ongkos Kirim Shopee	39
Gambar 4. 5 Voucher Gratis Ongkos Kirim Shopee.....	40
Gambar 4. 6 Uji Normalitas Model Histogram.....	60
Gambar 4. 7 Uji Normalitas Data P-Plot.....	60
Gambar 4. 8 Uji Heteroskedastisitas	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	75
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	80
Lampiran 3 Hasil Spss Uji Validitas & Reliabilitas.....	82
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.....	92
Lampiran 6 Kartu Bimbingan.....	95
Lampiran 7 Lembar Revisi.....	99
Lampiran 8 Uji Turnitin.....	103