

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Lokasi Penelitian**

##### **1. Kondisi Umum Geografis**

Wilayah Kecamatan Datuk Bandar pada awalnya merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Tanjungbalai Kabupaten Asahan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 20 tahun 1987 tanggal 14 September 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah tingkat II Tanjungbalai dan Kabupaten Daerah Tingkat II Asahan . Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 22 tahun 1987. Sebagian Wilayah Kecamatan Tanjungbalai Kabupaten Daerah Tingkat II Asahan diserahkan menjadi Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Tanjungbalai. Penyerahan tersebut dilaksanakan pada tanggal 24 Maret 1988 melalui Bupati Kepala Daerah Tingkat II Asahan ( Kol. Drs.H. Zulfirman Siregar ) dan Walikota Madya Kepala Daerah Tingkat II Tanjungbalai (Ir. Marshal Hutagalung ) di Lapangan Stadion Asahan Sakti Kotamadya Dati II Tanjungbalai. Dengan diperluasnya wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Tanjungbalai tersebut bersamaan pula di bentuklah wilayah Kecamatan Datuk Bandar, wilayah Kecamatan Teluk Nibung dan Kecamatan Sei Tualang Raso. Pada Awal Pembentukan Kecamatan Datuk Bandar terdiri dari 6 (enam ) desa yakni :

- a. Desa Pulau Simardan I
- b. Desa Pulau Simardan II
- c. Desa Selat Lancang I
- d. Desa Selat Lancang II
- e. Desa Sijambi I
- f. Desa Sijambi II

Sejak tanggal 29 Desember 1990 nama-nama desa yang ada di wilayah Kecamatan Datuk Bandar diganti menjadi :

- a. Desa Pulau Simardan I menjadi Desa Pulau Simardan
- b. Desa Pulau Simardan II menjadi Desa Semula Jadi
- c. Desa Selat Lancang I menjadi Desa Selat Lancang

- d. Desa Selat Lancang II mendaji Desa Selat Tanjung Medan
- e. Desa Sijambi I menjadi Desa Gading
- f. Desa Sijambi II menjadi Desa Sijambi

Pada Bulan Desember 1993 Desa Sijambi dipecah lagi mendai 2 (dua) yaitu: Desa Sijambi dan Desa Pahang. Desa Gading dipecah menjadi 2 (dua) Desa Yaitu: Desa Gading dan Desa Sirantau, begitu juga Desa Selat Lancang menjadi 2 (dua) desa yaitu : Desa Selat Lancang dan Desa Bunga Tanjung. Jadi Kecamatan Datuk terdiri dari 9 (sembilan) desa. Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 23 Tahun 2001 seluruh Desa yang ada di Kota Tanjungbalai berubah status menjadi Kelurahan. Sehingga pada saat itu Kecamatan Datuk Bandar terdiri dari 9 (sembilan) Kelurahan. Dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Kota Tanjungbalai Nomor : 4 Tahun 2005 tentang Pembentukan Kecamatan Datuk Bandar Timur Kota Tanjungbalai maka terjadi pemekaran pada Kecamatan Datuk Bandar yaitu menjadi : Kecamatan Datuk Bandar dan Datuk Bandar Timur dengan formasi :

Kecamatan Datuk Bandar menjadi: 4 Kelurahan

- a. Kelurahan Sijambi
- b. Kelurahan Pahang
- c. Kelurahan Gading
- d. Kelurahan Sirantau

Kecamatan Datuk Bandar Timur menjadi: 5 (lima) kelurahan.

Kemudian dengan keluarnya Perda No. 3 Tahun 2006 Kelurahan Pahang terjadi pemekaran menjadi Kelurahan Pahang dan Kelurahan Pantai Johor. Dengan demikian maka jumlah kelurahan di Kecamatan Datuk Bandar menjadi 5 (lima) kelurahan dan mplementasi Peraturan Daerah tersebut dilaksanakan terhitung mulai Januari 2007.

## **B. Uji Validitas dan Uji Reabilitas**

### **1. Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat ke validan atau kesahihan suatu instrument (Arikunto: 144, 2002). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nstrumen tu mampu mengukur apa yang diinginkan dan

dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Jadi makin tinggi validitas suatu alat ukur, maka semakin mengena sasarannya dan semakin menunjukkan apa yang sebenarnya diukur.

Validitas alat ukur diuji dengan menggunakan bantuan komputer program Statistical Package For Science (SPSS) versi 26 for windows. Syarat bahwa tem-item tersebut valid adalah nilai  $r$  hitung (corrected tem total correlation) lebih besar dari nilai  $e$  tabel. Pada uji nstrumen dengan menggunakan data responden sejumlah 50 orang dilakukan dengan membandingkan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Untuk  $r$  tabel dapat dilihat dengan jumlah data  $(N) = 50$ , dan derajat kebebasan  $(df) = N-2$ , maka dihasilkan  $df = 50$  dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05 maka diperoleh nilai  $r$  tabel = 0,2787

Kevalidan instrumen diukur berdasarkan kriteria validitas menurut Arikunto yang menyatakan jika  $r$  hitung (Corrected temTotal Correlation)  $\geq r$  tabel maka instrumen dinyatakan valid, tetapi jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka instrumen dinyatakan tidak valid (Arikunto:72, 2006).

#### Ringkasan Uji Validasi Data Responden

No Soal	rx <sub>y</sub>	r tabel	Status
1	0.5293	0.2787	valid
2	0.6857	0.2787	valid
3	0.6889	0.2787	valid
4	0.5717	0.2787	valid
5	0.7028	0.2787	valid
6	0.6828	0.2787	valid
7	0.7193	0.2787	valid
8	0.8121	0.2787	valid
9	0.8308	0.2787	valid
10	0.7906	0.2787	valid
11	0.8120	0.2787	valid
12	0.7405	0.2787	valid
13	0.8351	0.2787	valid
14	0.8066	0.2787	valid
15	0.7530	0.2787	valid

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas dari Data Responden Yang Mengisi Kuesioner

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa seluruh data variabel Promosi Gratis Ongkir Shopee (X) dan Minat Beli (Y) dinyatakan valid dimana rtabel (0,2787) yang berarti variabel ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur

## 2. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Manfaat melakukan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar handal dan mengukur apa yang ingin diketahui oleh peneliti. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ ) > 0,60.3

Data untuk menghitung alpha diperoleh lewat penyajian suatu bentuk skala. Adapun ketentuannya adalah jika nilai korelasi sama dengan atau lebih besar dari r tabel maka instrumen tersebut sangat reliabel, artinya seluruh tem Tagline Shopee tersebut sangat reliabel sebagai instrumen pengumpul data. Dan sebaliknya, jika nilai korelasi lebih kecil dari r tabel maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel.

**Kategorisasi Angka Skala Reliabilitas**

Skala	Kategori
0,800-1,000	Sangat Tinggi
0,600-0,799	Tinggi
0,400-0,599	Cukup
0,200-0,399	Rendah
-1,000-0,199	Sangat Rendah

**Tabel 4.3**

**Kategorisasi Angka Skala Reliabilitas**

Pada uji instrumen dengan menggunakan 50 responden dan diolah menggunakan program SPSS, diperoleh data sebagai berikut:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.940	15

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Reabilitas dari Data Responden**

Pada tabel tersebut tertera nilai *Cronbach's Alpha* yang jika dimasukkan dalam skala reliabilitas pada tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki tingkat kehandalan atau tingkat reliabilitas yang “sangat tinggi” sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Sejumlah data diketahui, maka langkah selanjutnya yang akan dilakukan peneliti adalah menguji data tersebut dengan program SPSS versi 26 untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh promosi gratis ongkir Shopee terhadap minat pembelian di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tjungbalai. Dengan demikian dalam penelitian ini akan digunakan rumus *Product Moment Correlation*, sedangkan untuk mengetahui dengan pasti hasil dari rumus *product moment* secara signifikan mengenai promosi gratis ongkir Shopee terhadap minat pembelian di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tjungbalai digunakan rumus signifikansi koefisien korelasi sederhana.

**C. Uji Hipotesis**

merupakan pengujian data dan statistik untuk mengetahui data hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Uji hipotesis dapat dilakukan setelah mendapatkan hasil dari tabel tunggal dan tabel silang. Hipotesis dalam penelitian ini meliputi variable (X) promosi gratis ongkir Shopee dan variabel (Y) minat beli masyarakat di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tjungbalai. Adapun uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikansi hubungan melalui uji analisis dari Spreaman Rho menggunakan SPSS 26 untuk menguji tingkat hubungan antara dua variabel yang dikorelasikan, serta menggunakan skala Guildford untuk menilai derajat hubungan.

		Promosi Gratis Ongkir	Minat Beli
Spearman's rho	Promosi Gratis Ongkir	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.734**
		N	50
	Minat Beli	Correlation Coefficient	.734**
		Sig. (2-tailed)	1.000
		N	50

**Tabel 4.5**

### Hasil Uji Hipotesis dari Data Responden

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis memperlihatkan koefisien korelasi sebesar ( $\rho$ ) 0,734 dengan angka signifikansi (sig.2-tailed)= 0,000 yang memiliki arti  $H_0$  ditolak, jika nilai  $< 0,05$  yang memiliki arti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh promosi gratis ongkir Shopee terhadap minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai. Untuk melihat tinggi rendahnya korelasi (derajat hubungan) digunakan skala Guilford atau koefisien asosiasi, sebagai berikut (Kriyantono, 2006: 169):

- $<0,20$  : hubungan rendah sekali
- $0,20 - 0,40$  : hubungan rendah tapi pasti
- $0,41 - 0,70$  : hubungan yang cukup berarti
- $0,71 - 0,91$  : hubungan yang tinggi
- $> 0,91$  : hubungan yang sangat tinggi

Berdasarkan hasil dari uji hipotesis dan korelasi Spearman pada tabel 4.5, bisa dilihat besar korelasi koefisien Spearman ( $\rho$ ) adalah 0,734. Dengan menggunakan skala Guilford, hasil menunjukkan hubungan yang cukup berarti. SPSS 26 memberikan tanda *\*\*\** (*flag of significant*) yang memiliki arti hasil yang signifikan. Demikian dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini diterima dengan adanya hubungan yang signifikan. Tercapainya  $H_1$  maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh promosi gratis ongkir Shopee terhadap minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai.

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis jika menggunakan hipotesis nol ( $H_0$ ) adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , atau nilai  $p\text{-value}$  pada kolom Sig.(2tailed)  $>$  level of significant ( $\alpha$ ) maka diterima
- b. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , atau nilai  $p\text{-value}$  pada kolom Sig.(2tailed)  $<$  level of significant ( $\alpha$ ) maka ditolak.

Koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar terdapat pengaruh promosi gratis ongkir Shopee terhadap minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai, maka digunakan rumus determinasi. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$Kp = (r)^2 \times 100\%$$

Dari hasil uji hipotesis variabel X dan Y di dapatkan nilai  $r = 0,734$  maka dengan menggunakan rumus Kp di atas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Kp &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,734)^2 \times 100\% \\ &= 0,552049 \times 100\% \\ &= 55,2049\% \\ &= 55,2\% \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa nilai pearson correlation (rhitung) memperoleh nilai 0,734. Ternyata nilai rhitung lebih besar dari rtabel ( $0,726 > 0,2787$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya ada pengaruh antara promosi gratis ongkir shopee terhadap minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kekuatan pengaruh variabel X terhadap Y dalam penelitian ini adalah sebesar 55,2% dibulatkan menjadi 55%. Hal ni menunjukkan pengaruh sebesar 55% antara promosi gratis ongkir *e-commerce shopee* terhadap minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai.

#### **D. Analisis Tabel Tunggal**

Analisis tabel tunggal dilakukan untuk melihat jawaban responden dari setiap pertanyaan dan variabel yang diteliti agar mudah dibaca dan di mengerti. Dalam analisis tabel tunggal menyajikan tabel frekuensi dan persentase untuk setiap

pertanyaan. Analisis tabel tunggal dalam penelitian ini meliputi karakteristik responden, variabel bebas dan variabel terikat.

#### **E. Karakteristik Responden**

Dalam penelitian ini responden yang berhasil dikumpulkan berjumlah 50 orang secara acak perempuan dan laki-laki, yang merupakan masyarakat yang ada di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai. Karakteristik responden tidak dapat dipisahkan dari variabel-variabel penelitian. Diketahui karakteristik responden dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut :

##### **1. Jenis kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>18</b>	<b>36%</b>
<b>Perempuan</b>	<b>32</b>	<b>64%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Table 4.6**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa dari jumlah responden perempuan mendominasi dengan jumlah 32 orang atau 64%, sedangkan laki-laki berjumlah 18 orang atau 36% dari total 100%

##### **2. Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>15-20 Tahun</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>
<b>21-25 Tahun</b>	<b>31</b>	<b>62%</b>
<b>26-30 Tahun</b>	<b>3</b>	<b>6%</b>
<b>31-35 Tahun</b>	<b>6</b>	<b>12%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.7**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan usianya didominasi pada usia 21-25 tahun yang berjumlah 31 orang atau 62%, usia 15-20 tahun berjumlah 10 orang atau 20%, kemudia usia 31-35

tahun berjumlah 6 orang atau 12%, dan responden yang paling sedikit berdasarkan usia pada 26-30 tahun dengan jumlah 3 orang atau 6% dari total 100%.

### 3. Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Pegawai Negeri Sipil	0	0%
Pegawai Swasta	11	22%
Pelajar/Mahasiswa	38	76%
Lainnya	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.8

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, bahwa dari 50 responden yang memiliki pekerjaan pelajar-mahasiswa mendominasi dengan jumlah 38 orang atau 76%, pegawai swasta berjumlah 11 orang atau 22%, lainnya berjumlah 1 orang atau 2%, sedangkan yang paling sedikit yaitu pegawai negeri sipil yang berjumlah 0 atau 0% dari 100%.

### 4. Pernah Melakukan Pembelian Di *E-commerce* Shopee

Pernah Melakukan Pembelian Di <i>E-commerce</i> Shopee	Jumlah	Presentase (%)
1-3 Kali	9	18%
4-6 Kali	9	18%
7-9 Kali	6	12%
> 10 Kali	26	52%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.9

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian Di *E-commerce* Shopee

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, menunjukkan bahwa dari 50 responden yang pernah melakukan pembelian di *e-commerce* shopee terbanyak yaitu <10 kali dengan jumlah 52% atau 26 orang, 3-6 kali sebanyak 18% atau 9 orang, 1-3 kali

sebanyak 18% atau 9 orang, dan yang paling sedikit 7-9 kali sebanyak 12% atau 6 orang.

#### F. Variabel (X) Promosi Gratis Ongkir *E-Commerce Shopee*

Variabel X dalam penelitian ini yaitu Promosi gratis ongkir *e-commerce shopee*. Pada penelitian ini terdapat 3 indikator untuk mengetahui dan melihat promo Promosi gratis ongkir *e-commerce shopee* pada 50 responden yang terpilih. Adapun indikator tersebut antara lain adalah *Familiarity* (keakraban), *Differentiation* (perbedaan), *Message of Value* (pesan dan nilai)

##### 1. Saya Mudah Mengingat Promosi Gratis Ongkir *E-Commerce Shopee*

Saya mudah mengingat promosi gratis ongkir <i>E-commerce Shopee</i>	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	21	42%
Setuju	20	40%
Netral	9	18%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.10

##### Saya mudah mengingat promosi gratis ongkir *E-commerce Shopee*

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa dari 50 responden yang sangat setuju dari pertanyaan Saya mudah mengingat promosi gratis ongkir *E-commerce Shopee*, terdiri dari 21 orang atau 42%, setuju 20 orang atau 40%, yang menjawab netral 9 orang atau 18%. Dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab sangat setuju.

##### 2. Promosi Gratis Ongkir *E-Commerce Shopee* Sesuai Dengan Harapan Saya

Promosi gratis ongkir <i>E-commerce Shopee</i> sesuai dengan harapan saya	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	15	30%
Setuju	22	44%

<b>Netral</b>	<b>12</b>	<b>24%</b>
<b>Tidak Setuju</b>	<b>1</b>	<b>2%</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.11**

**Promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee sesuai dengan harapan saya**

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dari pertanyaan Promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee sesuai dengan harapan saya, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 15 orang atau 30%, setuju 22 orang atau 44%, yang menjawab netral 12 orang atau 24%, dan yang menjawab tidak setuju 1 orang atau 2%, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**3. Promosi Gratis Ongkir *E-Commerce* Shopee Memiliki Ciri Khas Yang Berbeda Dengan *E-Commerce* Lainnya**

<b>Promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee memiliki ciri khas yang berbeda dengan <i>E-commerce</i> lainnya</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>Sangat Setuju</b>	<b>11</b>	<b>22%</b>
<b>Setuju</b>	<b>25</b>	<b>50%</b>
<b>Netral</b>	<b>11</b>	<b>22%</b>
<b>Tidak Setuju</b>	<b>3</b>	<b>6%</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.12**

**Promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee memiliki ciri khas yang berbeda dengan *E-commerce* lainnya**

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dari pertanyaan Promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee memiliki ciri khas yang berbeda dengan *E-commerce* lainnya, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 11 orang atau 22%, setuju 25 orang atau 50%, yang menjawab netral 11 orang atau 22%, dan yang menjawab tidak setuju 3

orang atau 6%, tidak ada ada yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

#### 4. Promosi Gratis Ongkir *E-Commerce* Shopee Efektif

Promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee efektif	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	12	24%
Setuju	31	62%
Netral	5	10%
Tidak Setuju	2	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.13

#### Promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee efektif

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dari pertanyaan Promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee efektif, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 12 orang atau 24%, setuju 31 orang atau 62%, yang menjawab netral 5 orang atau 10%, dan yang menjawab tidak setuju 2 orang atau 4%, tidak ada ada yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

#### 5. Promosi Gratis Ongkir *E-Commerce* Shopee Sesuai Dengan Kenyataan

Promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee sesuai dengan kenyataan	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	11	22
Setuju	25	50%
Netral	11	22%
Tidak Setuju	3	6%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.14

#### Promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee sesuai dengan kenyataan

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dari pertanyaan Promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee sesuai dengan kenyataan, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 11 orang atau 22%, setuju 25 orang atau 50%, yang menjawab netral 11 orang atau 22%, dan yang menjawab tidak setuju 3 orang atau 6%, tidak ada ada yang menjawab sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

#### **G. Variabel Bebas (Y) Promosi Gratis Ongkir *E-Commerce* Shopee**

Variabel Y dalam penelitian ini yaitu minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai. Pada penelitian ni terdapat 3 indikator untuk mengetahui dan melihat minat beli pada 50 responden yang terpilih. Adapun indikator tersebut antara lain adalah minat transaksional, minat refrensial, minat pereferensial, minat eksploratif.

##### **1. Saya Suka Membeli Produk Di *E-Commerce* Shopee Karena Ada Promo Gratis Ongkir**

<b>Saya suka membeli produk di <i>E-commerce</i> Shopee karena ada promo gratis ongkir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>Sangat Setuju</b>	<b>19</b>	<b>36%</b>
<b>Setuju</b>	<b>26</b>	<b>52%</b>
<b>Netral</b>	<b>4</b>	<b>8%</b>
<b>Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>1</b>	<b>2%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.15**

##### **Saya suka membeli produk di *E-commerce* Shopee karena ada promo gratis ongkir**

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dari pertanyaan Saya suka membeli produk di *E-commerce* Shopee karena ada promo gratis ongkir, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 19 orang atau 36%, setuju 26 orang atau 52%, yang menjawab netral 4 orang atau 8%, dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 orang atau 2%, tidak ada ada yang menjawab tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**2. Saya Tertarik Melakukan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee Karena Ada Promo Gratis Ongkir**

Saya tertarik melakukan pembelian pada <i>E-commerce</i> Shopee karena ada promo gratis ongkir	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	20	40%
Setuju	24	48%
Netral	6	12%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.16**

**Saya tertarik melakukan pembelian pada *E-commerce* Shopee karena ada promo gratis ongkir**

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dari pertanyaan Saya tertarik melakukan pembelian pada *E-commerce* Shopee karena ada promo gratis ongkir, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 20 orang atau 40%, setuju 24 orang atau 48%, yang menjawab netral 6 orang atau 12%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**3. Saya Merekomendasikan *E-Commerce* Shopee Karena Adanya Promo Gratis Ongkir**

Saya merekomendasikan <i>E-commerce</i> Shopee karena adanya promo gratis ongkir	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	13	26%
Setuju	25	50%
Netral	12	24%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.17**

**Saya merekomendasikan *E-commerce* Shopee karena adanya promo gratis ongkir**

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dari pertanyaan Saya merekomendasikan *E-commerce* Shopee karena adanya promo gratis ongkir, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 13 orang atau 26%, setuju 25 orang atau 50%, yang menjawab netral 12 orang atau 24%, dan tidak ada ada yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**4. Saya Termotivasi Melakukan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee Karena Promo Gratis Ongkir**

<b>Saya termotivasi melakukan pembelian pada <i>E-commerce</i> Shopee karena promo gratis ongkir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>Sangat Setuju</b>	<b>14</b>	<b>28%</b>
<b>Setuju</b>	<b>25</b>	<b>50%</b>
<b>Netral</b>	<b>10</b>	<b>20%</b>
<b>Tidak Setuju</b>	<b>1</b>	<b>2%</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.18**

**Saya termotivasi melakukan pembelian pada *E-commerce* Shopee karena promo gratis ongkir**

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dari pertanyaan Saya termotivasi melakukan pembelian pada *E-commerce* Shopee karena promo gratis ongkir, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 14 orang atau 28%, setuju 25 orang atau 50%, yang menjawab netral 10 orang atau 20%, dan tidak setuju 1 orang atau 2%, serta tidak ada sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**5. Saya Sangat Berminat Pada *E-Commerce* Shopee Karena Adanya Promo Gratis Ongkir**

Saya sangat berminat pada <i>E-commerce</i> Shopee karena adanya promo gratis ongkir	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	15	30%
Setuju	25	50%
Netral	9	18%
Tidak Setuju	1	2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.19**

**Saya sangat berminat pada *E-commerce* Shopee karena adanya promo gratis ongkir**

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dari pertanyaan Saya sangat berminat pada *E-commerce* Shopee karena adanya promo gratis ongkir, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 15 orang atau 30%, setuju 25 orang atau 50%, yang menjawab netral 9 orang atau 18%, dan tidak setuju 1 orang atau 2%, serta tidak ada sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**6. Saya Mencari Informasi Mengenai Promo Gratis Ongkir Pada *E-Commerce* Shopee**

Saya mencari Informasi mengenai promo gratis ongkir pada <i>E-commerce</i> Shopee	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	13	26%
Setuju	19	38%
Netral	13	26%
Tidak Setuju	5	10%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.20**

**Saya mencari informasi mengenai promo gratis ongkir pada *E-commerce* Shopee**

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dari pertanyaan Saya mencari informasi mengenai promo gratis ongkir pada *E-commerce* Shopee, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 13 orang atau 26%, setuju 19 orang atau 38%, yang menjawab netral 13 orang atau 26%, dan tidak setuju 5 orang atau 10%, serta tidak ada sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**7. Saya Memiliki Minat Terhadap Promo Gratis Ongkir *E-Commerce* Shopee**

Saya memiliki minat terhadap promo gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	12	24%
Setuju	30	60%
Netral	6	12%
Tidak Setuju	2	4%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.21**

**Saya memiliki minat terhadap promo gratis ongkir *E-commerce* Shopee**

Berdasarkan tabel 4.21 diatas dari pertanyaan Saya memiliki minat terhadap promo gratis ongkir *E-commerce* Shopee, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 12 orang atau 24%, setuju 30 orang atau 60%, yang menjawab netral 6 orang atau 12%, dan tidak setuju 2 orang atau 4%, serta tidak ada sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**8. Saya Merasa Puas Dalam Melakukan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee Karena Adanya Promo Gratis Ongkir**

Saya merasa puas dalam melakukan pembelian pada <i>E-commerce</i> Shopee	Jumlah	Presentase (%)
--	--------	----------------

<b>karena adanya promo gratis ongkir</b>		
<b>Sangat Setuju</b>	<b>16</b>	<b>32%</b>
<b>Setuju</b>	<b>28</b>	<b>56%</b>
<b>Netral</b>	<b>6</b>	<b>12%</b>
<b>Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.22**

**Saya merasa puas dalam melakukan pembelian pada *E-commerce* Shopee karena adanya promo gratis ongkir**

Berdasarkan tabel 4.22 diatas dari pertanyaan Saya merasa puas dalam melakukan pembelian pada *E-commerce* Shopee karena adanya promo gratis ongkir, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 16 orang atau 32%, setuju 28 orang atau 56%, yang menjawab netral 6 orang atau 12%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**9. Saya Menginginkan Pembelian Karena Adanya Promo Gratis Ongkir Pada *E-Commerce* Shopee**

<b>Saya menginginkan pembelian karena adanya promo gratis ongkir pada <i>E-commerce</i> Shopee</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>Sangat Setuju</b>	<b>13</b>	<b>26%</b>
<b>Setuju</b>	<b>27</b>	<b>54%</b>
<b>Netral</b>	<b>8</b>	<b>16%</b>
<b>Tidak Setuju</b>	<b>2</b>	<b>4%</b>
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.23**

**Saya menginginkan pembelian karena adanya promo gratis ongkir pada *E-commerce* Shopee**

Berdasarkan tabel 4.23 diatas dari pertanyaan Saya menginginkan pembelian karena adanya promo gratis ongkir pada *E-commerce* Shopee, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 13 orang atau 26%, setuju 27 orang atau 54%, yang menjawab netral 8 orang atau 16%, dan tidak setuju 2 orang atau 4%, serta tidak ada sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**10. Saya Sangat Puas Pada Promosi Gratis Ongkir *E-Commerce* Shopee**

Saya sangat puas pada promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee	Jumlah	Presentase (%)
Sangat Setuju	16	32%
Setuju	26	52%
Netral	8	16%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Tabel 4.24**

**Saya sangat puas pada promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee**

Berdasarkan tabel 4.24 diatas dari pertanyaan Saya sangat puas pada promosi gratis ongkir *E-commerce* Shopee, yang menjawab sangat setuju terdiri dari 16 orang atau 32%, setuju 26 orang atau 52%, yang menjawab netral 8 orang atau 16%, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju serta sangat tidak setuju. Maka dapat disimpulkan dari pertanyaan diatas mayoritas responden menjawab setuju.

**H. Analisis Tabel Silang**

Analisis tabel silang adalah salah satu teknik yang digunakan untuk menganalisis dan bisa mengetahui ada nya hubungan antara variabel, dimana akan memperlihatkan apakah variabel tersebut bersifat positif ataupun negatif. Melakukan analisis tabel silang bukan menjadi penentu utama untuk melihat bagaimana penilaian data satu sama lain. Peneliti membuat dua variabel untuk mengetahui sejauh mana tingkat toleran pada masing-masing variabel. Adapun variabel yang disusun alah:

**Jenis Kelamin \* Usia \* Pernah Melakukan Pembelian di Ecommerce Shopee  
Crosstabulation**

Pernah Melakukan Pembelian di Ecommerce Shopee			Usia				Total
			15-20 Tahun	21-25 Tahun	26-30 Tahun	31-35 Tahun	
1-3 Kali	<b>Jenis</b>	Laki-Laki	1	4	0		5
	<b>Kelamin</b>	Perempuan	0	3	1		4
	<b>Total</b>		1	7	1		9
4-6 Kali	<b>Jenis</b>	Laki-Laki	1	1		3	5
	<b>Kelamin</b>	Perempuan	0	1		2	3
	<b>Total</b>		1	2		5	8
7-9 Kali	<b>Jenis</b>	Laki-Laki	1	2	1	1	5
	<b>Kelamin</b>	Perempuan	0	2	0	0	2
	<b>Total</b>		1	4	1	1	7
> 10 Kali	<b>Jenis</b>	Laki-Laki	0	3	0		3
	<b>Kelamin</b>	Perempuan	7	15	1		23
	<b>Total</b>		7	18	1		26
Total	<b>Jenis</b>	Laki-Laki	3	10	1	4	18
	<b>Kelamin</b>	Perempuan	7	21	2	2	32
	<b>Total</b>		10	31	3	6	50

**Tabel 4.25**

**Tabulasi Silang Berdasarkan Jenis Kelamin \* Usia \* Pernah Melakukan Pembelian di Ecommerce Shopee**

Pada tabel 4.25 diatas menunjukkan bahwa yang paling banyak melakukan belanja online melalu *e-commerce Shopee* adalah perempuan dengan jumlah 23 orang yang melakukan belanja online lebih dari 10 kali dari jumlah total 50 responden sementara untuk jenis kelamin laki-laki paling banyak melakukan belanja online berjumlah 5 orang dengan 7-9 kali pernah belanja online. Dengan data ini dapat disimpulkan bahwa perempuan mendominasi dalam melakukan belanja online dari pada laki-laki.

Kemudian dari tabel diatas juga dapat dilihat bahwa yang paling sering melakukan belanja online menurut usianya adalah yang berusia 21-25 tahun dengan jumlah 31 orang dengan penjabaran yang berjenis kelamin perempuan terdapat 21 orang sementara yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 10 orang. Dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak melakukan belanja online berdasarkan usianya adalah di usia 21-25 tahun dengan perempuan mendominasi dari jumlah total 50 responden.

**Promosi gratis ongkir E-commerce Shopee efektif \* Saya tertarik melakukan pembelian pada E-commerce Shopee karena ada promo gratis ongkir Crosstabulation**

		Saya Tertarik Melakukan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Karena Ada Promo Gratis Ongkir			
		Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
Promosi Gratis Ongkir E-Commerce Shopee Efektif	Tidak Setuju	0	1	1	2
	Netral	4	1	0	5
	Setuju	0	22	9	31
	Sangat Setuju	1	1	10	12
Total		5	25	20	50

**Tabel 4.26**

**Tabulasi Silang Berdasarkan Promosi gratis ongkir E-commerce Shopee efektif \* Saya tertarik melakukan pembelian pada E-commerce Shopee karena ada promo gratis ongkir**

Pada tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa dari total 50 jumlah responden mayoritas yang menyatakan setuju terhadap promosi gratis ongkir *e-commerce Shopee* efektif berjumlah 22 orang, dan yang mayoritas menyatakan setuju dalam tertarik melakukan belanja online dikarenakan adanya promosi gratis ongkir berjumlah 25 orang. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa dengan adanya promosi gratis ongkir shopee sangat berpengaruh terhadap ketertarikan konsumen dalam melakukan belanja online dan mendapatkan penilaian positif terhadap efektivitas promosi tersebut dari responden.

**Promosi gratis ongkir E-commerce Shopee sesuai dengan harapan saya \*  
Saya menginginkan pembelian karena adanya promo gratis ongkir pada E-commerce Shopee Crosstabulation**

		Saya Menginginkan Pembelian Karena Adanya Promo Gratis Ongkir Pada E-Commerce Shopee				Total
		Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
<b>Promosi Gratis Ongkir E-Commerce Shopee Sesuai Dengan Harapan Saya</b>	Tidak Setuju	0	0	0	1	1
	Netral	2	3	6	1	12
	Setuju	0	5	15	2	22
	Sangat Setuju	0	0	6	9	15
<b>Total</b>		2	8	27	13	50

**Tabel 4.27**

**Tabulasi Silang Berdasarkan Promosi gratis ongkir E-commerce Shopee sesuai dengan harapan saya \* Saya menginginkan pembelian karena adanya promo gratis ongkir pada E-commerce Shopee**

Menurut tabel 4.27 diatas menyatakan bahwa promosi gratis ongkir shopee sesuai dengan harapan responden mayoritas pernyataan setuju dengan jumlah 15

orang dari total 50 responden, dan responden yang menginginkan pembelian dikarenakan adanya promosi gratis ongkir shopee mayoritas menyatakan setuju dengan jumlah 27 orang. Dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi gratis ongkir sangat berpengaruh terhadap minat pembeli untuk melakukan belanja online.

### **I. Hasil Penelitian**

Tujuan Shopee melakukan promosi penjualan dengan promo “gratis ongkir” adalah untuk menarik minat para pembeli baru dan meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama, menghindarkan konsumen lari ke produk lain, mempopulerkan merek atau meningkatkan loyalitas dan meningkatkan volume penjualan jangka pendek dalam rangka memperluas “market share” jangka panjang. Minat beli pada masyarakat berdasarkan pada model AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, Action*). Pada penelitian ini teori AIDDA yang dipakai untuk melihat minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai

Pada aspek *attention* atau perhatian seseorang untuk melihat promo “gratis ongkir” aplikasi Shopee terdapat 14 (28%) responden menyatakan sangat yang termotivasi melakukan pembelian karena promo gratis ongkir dan 25 (50%) responden menyatakan setuju yang termotivasi dalam melakukan pembelian dan hanya 1 responden yang tidak setuju. Hal ini dikarenakan para responden tertarik untuk melakukan pembelian disaat ada promo gratis ongkir dari Shopee setiap kali melakukan pembelian.

Pada aspek *interest* atau perasaan ingin tahu terhadap promosi gratis ongkir *e-commerce shopee* terdapat 13 responden atau 26% yang menyatakan sangat setuju dalam mencari informasi tentang gratis ongkir ini, dan yang mendominasi adalah dengan pernyataan setuju berjumlah 19 orang atau 38% dari total 50 responden. Hal ini dikarenakan promosi gratis ongkir sangat bermanfaat untuk konsumen yang ingin mendapatkan harga ongkir yang murah. Namun juga terdapat 5 responden atau 10% yang tidak setuju dengan pertanyaan ini.

Pada aspek *desire* atau kemauan yang muncul dalam diri konsumen dengan pernyataan berminat melakukan pembelian dikarenakan adanya promosi gratis ongkir ini berjumlah 15 orang atau 30% yang menyatakan sangat setuju atas

pernyataan ini dan yang mendominasi dengan jumlah 25 orang atau 50% dengan pernyataan setuju terhadap pertannya ini. Yang membuktikan bahwa promosi gratis ongkir ini memiliki efek yang berdampak sangat kuat terhadap minat pembeli.

Aspek *decition* atau keputusan dalam melakukan pembelian dikarenakan adanya promosi gratis ongkir oleh *e-commerce* shopee terdapat 12 responden atau 24% yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan menginginkan pembelian dikarenakan adanya promo gratis ongkir ini. Di dominasi dengan yang menyatakan setuju dengan jumlah 30 orang atau 60% dari total 50 responden. Dengan data ini membuktikan bahwa banyak responden yang memiliki hasrat yang kuat untuk melakukan pembelian dikarenakan adanya promosi gratis ongkir dari *e-commer shopee*. Namun ada juga responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini yang berjumlah 2 orang atau 4% dari total keseluruhan.

Pada aspek *action* atau tindakan yang dilakukan selanjutnya untuk merealisasikan apa yang telah direncanakan. Dengan pertanyaan kuesioner yang telah dibuat bahwa dari total 50 responden yang menjawab sangat setuju dengan menginginkan pembelian karena adanya promosi gratis ongkir pada *e-commerce shopee* berjumlah 13 orang atau 26% dan yang mendominasi dengan pernyataan setuju yang berjumlah 27 orang atau 54% dengan ini promosi gratis ongkir merupakan hal yang sangat berdampak positif pada minat pembeli dalam melakukan belanja online.

Di dalam pembahasan ini akan dijabarkan mengenai hasil penelitian yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden dengan kriteria yang telah ditentukan. Pada analisis data ini, diperoleh jawaban bahwa pengaruh promosi gratis ongkir *e-commerce Shopee* terhadap minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai, dimana hasil hipotesisnya diterima dan terbukti setelah dihitung menggunakan rumus analisis koefisien korelasi *koefisien Spearman* ( $\rho$ ) dengan bantuan SPSS versi 26.

Untuk hasil koefisien korelasi *koefisien Spearman* ( $\rho$ ), dapat diketahui bahwa adanya hubungan yang positif dan kuat antara promosi gratis ongkir dengan minat pembeli dengan hasil uji kekuatan 52%. Artinya semakin banyaknya sebuah promo maka semakin kuat minat untuk membeli. Hal ini

sejalan dengan tujuan dari promosi itu sendiri yaitu untuk merangsang minat membeli suatu produk pada konsumen.

Melihat dari harga koefisien korelasi yaitu sebesar 0,734 maka pengaruh promosi gratis ongkir *e-commerce Shopee* terhadap minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai memiliki nilai yang “kuat”. Kontribusi promosi gratis ongkir (variabel X) terhadap minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai (variabel Y). Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dikatakan bahwa yang memberikan pengaruh minat pembeli di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai melalui Shopee adalah gratis ongkos kirim yang diberikan oleh Shopee pada konsumennya.

