

## DAFTAR PUSTAKA

### Daftar Buku

- Abdullah, Thamrin. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Akbar, Mohammad Aldrin dan Sitti Nur Alam. *E-COMMERCE: Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Aldein, M. Akbar, Nur, S. Alam., 2020. *E-Commerce: Dasar Teori dala Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. (2003). *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta: Bina Aksara
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Semarang, UNDIP
- Gunawan, D., S.E.. M.M., 2022. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketpleace Shopee Berbasis Sosial Media Marketing*. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Hermayani, dkk., 2020. *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis
- Himayati. 2008. *Explorasi Zahir Accounting* . In Himayati, *Explorasi Zahir Accounting* (P. 34). Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: kencana.
- Laudon, Kenneth C. 2008 *E-commerce Busines, Technology, society*. New Jersey: Pearson Education
- Martono, Nanang, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

- Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Efektif (Suatu Pendekatan Lintas Budaya)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari, 2007. *Metode Penelitian Bidang Sosial Yogyakarta: Gadjah Mada University Press*.
- Nur E. Syahputro., 2020. (*Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*), Gramedia Communication, Gresik
- Panuju, Randi., 2019. *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi-Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran)*. Jakarta: Kencana
- Purwanto, Djoko. 2003. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Rosmawati, H.P. 2010. *Mengenai Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Sugiyono. 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan Ke-1. Bandung, Alfabeta.
- Tasmin, dkk., 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis
- Winarno, Surakhmad. (2012). *Pendidikan Karakter Dalam Metode Aktif, Inovatif, Dan Kreatif* Jakarta: Esensi Erlangga Group

#### **Daftar Jurnal**

- Doods, William , B., kent, N. Monroe, and Dhriv Grewal., 1991, *Effecta of Price, Breand and Store Information on Buyers Product Evaluation, Journal of Marketing Research*, Vol. 28, pp. 307-19
- Gibson JL, JM Invan, JH Donnelly, Organisasi , Terjemahan Agus Dharma (Jakarta. Erlangga, 2001) h 120
- Khadafi, Mutiarin. *Journal of Governance And Public Policy*, Vol.4, No.2, 2017: *Efektivitas Program Bantuan Keuangan Khusus Dalam Mengentaskan Kemiskinan di Kabupaten Gunungkidul*. Yogyakarta. Magister Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Lindawati, 2005, *Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Konsumen, dan Asosiasi Merek Dalam Ekstensi Merek Pada Produk Merek "LIFEBUOY" di Surabaya*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. IV, No. 1, pp47-70
- Mardiasmo. 2017. *Perpajakan*, Yogyakarta: Andi
- Novi, Widya Utami, *Memahami Promo Free Ongkir Yang Semakin Berkembang*, [www.jurnal.id](http://www.jurnal.id), diakses pada tanggal 2 Mei 2018

- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. 2020. *Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembeli Online Dengan Mediasi Brand Awerness. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 375-380
- Rahardian, M. D., Kusmawati, A., & Irawan, A. (2019). *Pengaruh Tagline Iklan dan Celebrty Endorse terhadap Brand Awerness dan Minat Beli (Survei pada Mahasiswa Program sarjanah Pengguna Smartphone OPPO F3 Plus di Universitas Brawijaya)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 75 (1). 10-18.
- Schiffman dan Kunuk. 2007. *Perilaku Konsumen*, dialihkan bahasa oleh Zulkifli Kasip, Edisi 7, Jakarta: ndeks
- Sholihin, D. 2020. *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*, *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 38-51
- Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Surakhmad. (2012). *novasi Pembelajaran*. Jakarta : Bumi Aksara.

#### **Daftar Skripsi**

- Andriani, Vera, 2019, *Pengaruh klan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Produk POP Mie (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi UIR)* Skripsi.
- Auli, Shoiff'ul. 2021. *Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkir Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*. Skripsi
- Lusia, Oktaviani, 2014, *Analisis Pengaruh Brand mage (Citra Merek), Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Mie nstan Supermi*. Skripsi
- Marpaung, Yosin Marin. 2012. *Pengaruh Penjualan Debu Respirable PM 2,5 Terhadap Kejadian Gangguan Fungsi Paru Pedagang Tetap di Terminal Terpadu Kota Depok tahun 2012*. Skripsi
- Shafinazh, Namira, 2020. *(Pengaruh Promo Shopee anggal-Tanggal Istimewah” Terhadap Minat Beli Mahasiswa FISIP USU)* Skripsi.

#### **Daftar Situs Internet**

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> Diakses pada 25 Mei 2022

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/kunjungan-ke-web-shopee-meningkat-58-pada-kuartal-iii-2021>, diakses pada 15 Juli 2022

<https://goodstats.id/article/situs-ecommerce-paling-ramai-dikunjungi-2021-oren-atau-ijo-a6Ls4> Diakses pada 25 Mei 2022

<https://kbbi.web.id/pengaruh> Diakses pada 25 Mei 2022

[https://www.google.com/search?gs\\_ssp=eJzj4tVP1zc0TM8wTss2NilSYDRgdGDwYivOyC9ITQUAY3oHUQ&q=shopee&oq=shopee&aqs=chrome.1.69i57j46i131i199i433i465i512j69i59j0i131i433i512i2j69i60i3.3551j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?gs_ssp=eJzj4tVP1zc0TM8wTss2NilSYDRgdGDwYivOyC9ITQUAY3oHUQ&q=shopee&oq=shopee&aqs=chrome.1.69i57j46i131i199i433i465i512j69i59j0i131i433i512i2j69i60i3.3551j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8) Diakses pada 25 Mei 2022

<https://www.merdeka.com/teknologi/iprice-persaingan-e-commerce-makin-ketat.html> Diakses pada 25 Mei 2022

KBBI, 2015. *Kamus Besar Bahasa ndonesia (KBBI)*. [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/pusat>, Diakses 2 Juli 2022.

**L**

**A**

**M**

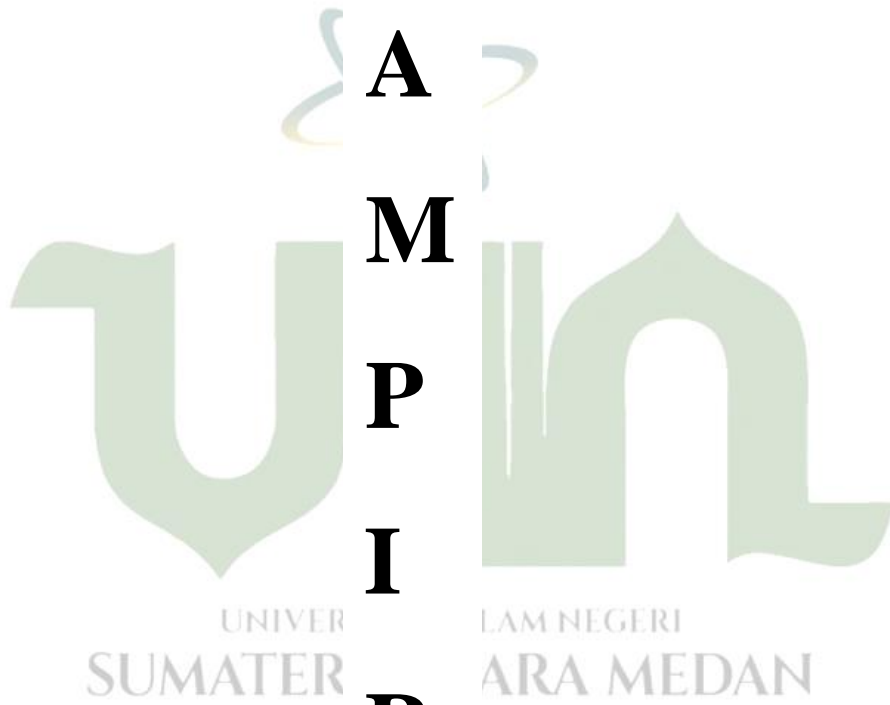
**P**

**I**

**R**

**A**

**N**



## KUESIONER PENELITIAN

### **Pengaruh Promosi Gratis Ongkir *E-commerce* Shopee Terhadap Minat Pembeli Di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai**

No. Responden: ....

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Perkenalkan nama saya Muammar Qhadavi Nasution, mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara (UIN SU) yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana (SI). Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan menjawab pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti apabila memenuhi kriteria responden sebagai berikut:

- 1. Berdomisili di Kecamatan Datuk Bandar Kota Tanjungbalai.**
- 2. Usia minimal 15 tahun**
- 3. Memiliki aplikasi Shopee**
- 4. Pernah melakukan pembelian di *E-commerce* Shopee minimal 1 kali.**

Sesuai kode dengan kode etik penelitian ilmiah, identitas yang Anda berikan bersifat rahasia. Atas waktu dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Hormat saya,

**Muammar Qhadavi Nasution**

### IDENTITAS RESPONDEN

Isilah pernyataan dibawah ini dengan tanda centang (✓) yang sesuai dengan anda.

Nama (boleh nisial) : \_\_\_\_\_

Jenis kelamin : ( ) Laki-Laki  
( ) Perempuan

Usia : ( ) 15-20 Tahun

( ) 21-25 Tahun

( ) 26-30 Tahun

( ) 31-35 Tahun

Pekerjaan : ( ) Pegawai Negeri

Sipil

( ) Pegawai Swasta

( ) Pelajar/Mahasiswa

Pernah Melakukan Pembelian Di *E-commerce* Shopee : ( ) 1-3 Kali

: ( ) 4-6 Kali

: ( ) 7-9 Kali

: ( ) > 10 Kali

( ) saya telah membaca pernyataan diatas, dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

**PETUNJUK PENGISIAN**

Isilah kuesioner berikut dengan memberi tanda centang (✓) pada jawaban yang sesuai dengan penilaian Anda dengan keterangan sebagai berikut:

1                      2                      3                      4                      5  
Sangat Setuju    Setuju            Netral            Tidak Setuju    Sangat Tidak Setuju

**1. Promosi Gratis Ongkir**

No.	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1	Saya mudah mengingat promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee					
2	Promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee sesuai dengan harapan saya					
3	Promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee memiliki ciri khas yang berbeda dengan <i>E-commerce</i> lainnya					
4	Promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee efektif					
5	Promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee sesuai dengan kenyataan					

**2. Minat Beli**

No.	Pernyataan	Skor
-----	------------	------



.		1	2	3	4	5
1	Saya suka membeli produk di <i>E-commerce</i> Shopee karena ada promo gratis ongkir					
2	Saya tertarik melakukan pembelian pada <i>E-commerce</i> Shopee karena ada promo gratis ongkir					
3	Saya merekomendasikan <i>E-commerce</i> Shopee karena adanya promo gratis ongkir					
4	Saya termotivasi melakukan pembelian pada <i>E-commerce</i> Shopee karena promo gratis ongkir					
5	Saya mencari informasi mengenai promo gratis ongkir pada <i>E-commerce</i> Shopee					
6	Saya memiliki minat terhadap promo gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee					
7	Saya merasa puas dalam melakukan pembelian pada <i>E-commerce</i> Shopee karena adanya promo gratis ongkir					
8	Saya sangat berminat pada <i>E-commerce</i> Shopee karena adanya promo gratis ongkir					
9	Saya menginginkan pembelian karena					

	adanya promo gratis ongkir pada <i>E-commerce</i> Shopee					
1 0	Saya sangat puas pada promosi gratis ongkir <i>E-commerce</i> Shopee					



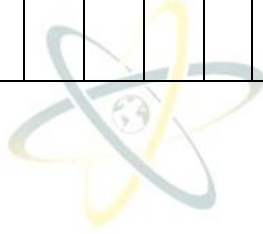
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN



18	2	2	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	1	2	3	1	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	2	3	2	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	5
21	2	4	2	2	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	2	3	5	4
22	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	2	1	3	4	5	3	5	5	3	1	5	5	4	3	3	2	4	5
24	2	2	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	1	2	3	3	5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4
26	2	1	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
27	1	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	1	1	3	1	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
29	2	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
30	1	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	2	1	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	2	1	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5



4	1	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8																			
4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
9																			
5	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
0																			



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## HASIL UJI HIPOTESIS

### Correlations

			Promosi Gratis Ongkir	Minat Beli
Spearman's rho	Promosi Gratis Ongkir	Correlation Coefficient	1.000	.734**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	50	50
	Minat Beli	Correlation Coefficient	.734**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	50	50

\*\* . Correlation s significant at the 0.01 level (2-tailed).

## HASIL TABEL SILANG

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

Count

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

Total	10	31	3	6	50
-------	----	----	---	---	----

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

Count

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

**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				
			Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	Total
<b>Promosi Gratis Ongkir E-Commerce Shopee Dengan Harapan Saya</b>	Tidak Setuju		0	0	0	1	1
	Sesuai	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





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN