

**EFEKTIVITAS *CONTENT MARKETING* TIKTOK DAN
GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEE**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi tugas-tugas
syarat-syarat guna memperoleh
gelar sarjana ekonomi*



Disusun Oleh:

Karenina Rahma Lesmana Putri

K.2020.1.35266

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARA
MALANG
2024

EFEKTIVITAS *CONTENT MARKETING* TIKTOK DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEE

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi tugas-tugas
syarat-syarat guna memperoleh
gelar sarjana ekonomi*



Disusun Oleh:

Karenina Rahma Lesmana Putri

K.2020.1.35266

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCEWARA
MALANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

EFEKTIVITAS CONTENT MARKETING TIKTOK DAN GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI
PADA SHOPEE

Oleh :

KARENINA RAHMA LESMANA PUTRI

K.2020.1.35266

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

05 Pebruari 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. HANIF MAULUDIN , SE, MSi.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuççwara



Drs. BUNYAMIN , N.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 30 Januari 2024



Karenina Rahma Lesmana Putri

NPK: K. 2020. 1. 35266

SURAT KETERANGAN RISET

Yang betanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Hanif Mauludin, SE, MSi
NIK : 202. 710. 307

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Karenina Rahma Lesmana Putri
NPK : K. 2020. 1. 35266
Program Studi : Manajemen
Alamat :
No. HP :
E-Mail :

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçeçwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: kuesioner yang disebarakan kepada responden (mahasiswa STIE Malangkuçeçwara)

Dapat digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

**“EFEKTIVITAS CONTENT MARKETING TIKTOK DAN GRATIS
ONGKIR TERHADAP MINAT BELI PADA SHOPEE”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 31 Januari 2024
Dosen pembimbing skripsi,



(Dr. HANIF MAULUDIN, SE, MSi)
NIK. 202. 710. 307

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak mungkin berasal dari kemampuan penulis sendiri, namun juga atas dukungan doa dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil. Penulis tak lupa mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

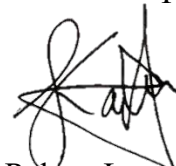
1. Allah Bapa Di Surga yang senantiasa memberikan penulis berkat dan rahmat pengetahuan, kerendahan hati, pertolongan, kekuatan, dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
2. Yang terhormat Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D, selaku Ketua STIE Malangkecewara Malang.
3. Yang terhormat Ibu Dra. Lindananty, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkecewara Malang.
4. Yang terhormat Bapak Yang terhormat Bapak Dr. Hanif Mauludin, SE, MSi, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan membantu saya selama penelitian tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan tepat waktu dengan baik.
5. Yang terhormat Ibu Rina Irawati, SE, MM, selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis sejak semester awal.
6. Terima kasih kepada seluruh Dosen dan Staf Akademik STIE Malangkecewara yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan fasilitas kepada penulis selama masa perkuliahan hingga dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Terima kasih pada nenek dan saudaraku yang dengan penuh cinta kasih selalu memperjuangkan kehidupan dan pendidikan penulis, membimbing penulis, mendoakan, membantu penulis dalam segala hal, memberi teladan dan semangat hidup bagi penulis yang dapat penulis amalkan dalam kehidupan sehari-hari.

8. Terima kasih kepada anak-anak camasudbaduamin (Caca, Salwa, Tri) Wanisa dan Veni yang menemani selama 3,5 tahun masa perkuliahan dan menjadi partner selama penyelesaian tugas akhir ini.
9. Bagian akhir tak lupa semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, dimana telah memberikan yang terbaik kepada penulis, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Demikian rasa terima kasih yang dapat penulis sampaikan kepada semua pihak, hanya Tuhan yang dapat membalas segala kebaikan anda sekalian.

Malang, 30 Januari 2024

Penulis



Karenina Rahma Lesmana Putri

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis efektivitas *content marketing* TikTok dan gratis ongkir terhadap minat beli pada Shopee. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pelaku usaha, terutama pihak *e-commerce* Shopee sehingga mereka dapat mengembangkan kinerja bisnis mereka. Kategori penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausalitas. Objek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Malangkececwara yang merupakan pengguna *e-commerce* Shopee. Dalam penelitian ini digunakan data primer yang diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada responden. Metode pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* melalui teknik *purposive sampling*. Penelitian ini melibatkan 72 responden. Menggunakan pendekatan alat analisis dengan metode PLS menggunakan *software* SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *content marketing* TikTok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Shopee, gratis ongkir memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Shopee, dan gratis ongkir adalah variabel independen tertinggi yang mempengaruhi variabel dependen (minat beli pada Shopee).

Kata kunci: *Content Marketing*, Gratis Ongkir, Minat Beli

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effectiveness of TikTok content marketing and free shipping on purchase intention on Shopee. The results of this study are expected to contribute and benefit businesses, particularly Shopee e-commerce, to help them improve their business performance. The research category used is quantitative causality. The object of this study is STIE Malangkececwara students who are Shopee e-commerce users. In this study. Primary data were collected via a questionnaire survey. The sampling method used to collect the data is non-probability sampling by purposive sampling. This study involved 72 respondents. The analysis tool approach with the PLS method using the SmartPLS 4 software was used. The results of this study show that TikTok content marketing has a positive and significant influence on purchase intention on Shopee, free shipping has a positive and significant influence on purchase intention on Shopee, and free shipping is the highest independent variable that influences the dependent variabel (purchase intention on Shopee).

Key words: Content Marketing, Free Shipping, Purchase Intention

KATA PENGANTAR

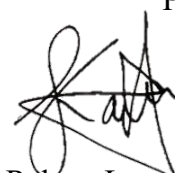
Puji Syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, karunia dan bimbinganNya yang selalu menyertai penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: Efektivitas *Content Marketing* TikTok dan Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli Pada Shopee.

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok- pokok bahasan yang meliputi: Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan, serta Penutup.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 30 Januari 2024

Penulis



Karenina Rahma Lesmana Putri

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN RISET	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Variabel dan Indikator Penelitian.....	25
3.4 Objek dan Sumber Data Penelitian	29
3.5 Alat Pengumpulan Data Penelitian	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	34

4.3 Analisis Uji Instrumen	37
4.4 Pembahasan.....	42
BAB V PENUTUP.....	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Kontribusi Penelitian.....	47
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	47
5.4 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1: Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1: Indikator Penelitian	26
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Kuesioner	30
Tabel 4. 1: Hasil Pengujian <i>Loading Factor</i>	38
Tabel 4. 2: Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	39
Tabel 4. 3: Hasil Pengujian <i>R-Square</i>	40
Tabel 4. 4: Hasil Pengujian Hipotesis berdasarkan <i>Path Coefficient</i>	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1: Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2: Jumlah Unduhan TikTok.....	3
Gambar 2. 1: Kerangka Konseptual Penelitian	23
Gambar 4. 1: Usia Responden.....	35
Gambar 4. 2: Angkatan Responden	36
Gambar 4. 3: Jurusan Responden.....	36
Gambar 4. 4: Diagram Jalur	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner <i>Content Marketing</i> TikTok (X1).....	55
Lampiran 2 Kuesioner Gratis Ongkir (X2)	56
Lampiran 3 Kuesioner Minat Beli (Y).....	57
Lampiran 4 Tabel Nilai <i>Content Marketing</i> TikTok (X1)	59
Lampiran 5 Tabel Nilai Gratis Ongkir dan Minat Beli Pada Shopee	61