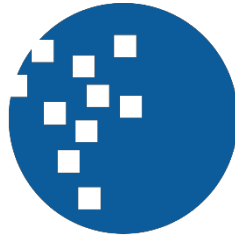


**PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP MINAT
KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN GOFOOD
PADA APLIKASI GOJEK DI DKI JAKARTA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

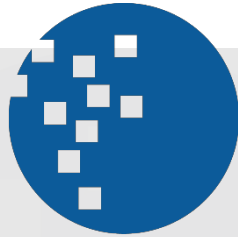
Rachelle Princessca Lau

00000047769

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP MINAT
KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN GOFOOD
PADA APLIKASI GOJEK DI JAKARTA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Rachelle Princessca

00000047769

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rachelle Princessca

Nomor Induk Mahasiswa : 00000047769

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP MINAT KONSUMEN
UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN GOFOOD PADA APLIKASI
GOJEK DI JAKARTA**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 Januari 2025



Handwritten signature of Rachelle Princessca Lau.

(Rachelle Princessca Lau)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP MINAT KONSUMEN
UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN GOFOOD PADA APLIKASI GOJEK
DI JAKARTA

Oleh

Nama : Rachele Princessca Lau
NIM : 00000047769
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 28 Januari 2025

Ketua Sidang



Intan Primadini
2025.01.28
14:27:43 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN. 0326098501

Penguji



Digitally signed by Eko Hadi
Saputro
Reason: I am approving this
document
Location: Universitas
Multimedia Nusantara
Date: 2025-01-28 12:08+07:00

Eko Hadi Saputro., SE., MM.
NIDN. 0303056102

Pembimbing



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN. 0309027705

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN. 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachelle Princessca Lau

NIM : 00000047769

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP
MINAT KONSUMEN UNTUK
MENGUNAKAN LAYANAN GOFOOD PADA
APLIKASI GOJEK DI JAKARTA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 28 Januari 2025



(Rachelle Princessca Lau)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Sales Promotion terhadap Minat Konsumen untuk Menggunakan Layanan GoFood pada Aplikasi Gojek di DKI Jakarta" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

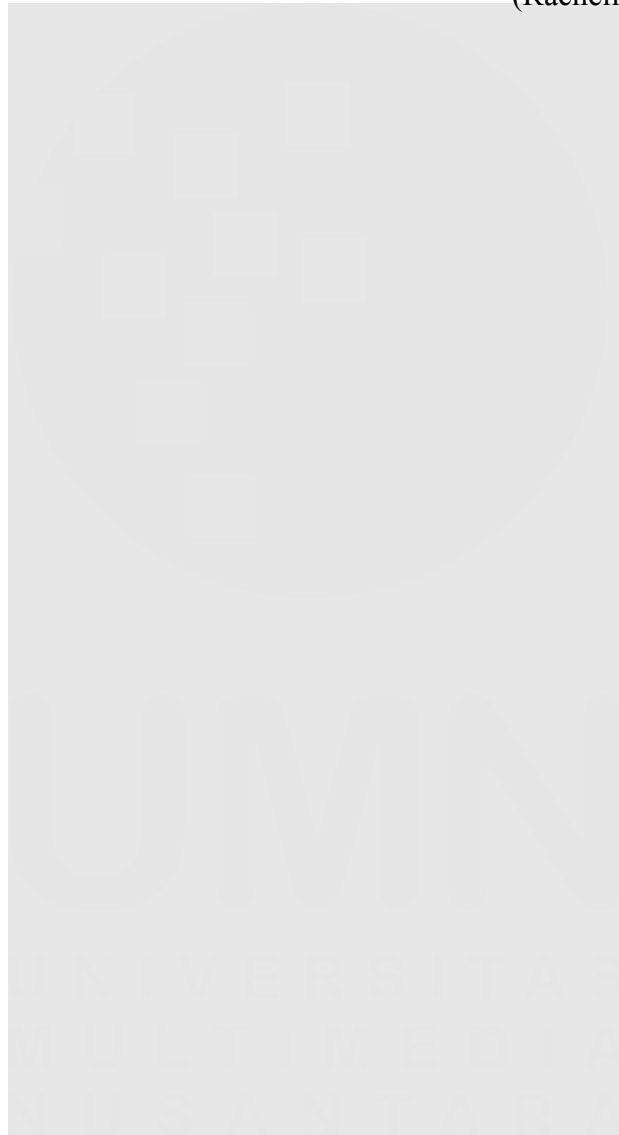
Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa proses penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Tanpa dukungan dari beberapa pihak tersebut, penulis tidak mungkin dapat menyelesaikan penelitian ini dengan maksimal. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si., sebagai penguji yang turut serta meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan dan masukan dalam revisi tugas akhir ini.
6. Bapak Eko Hadi Saputro., SE., MM., sebagai penguji yang turut serta andil dan meluangkan waktunya dalam membimbing revisi tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 28 Januari 2025



(Rachelle Princessca Lau)



PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN GOFOOD PADA APLIKASI GOJEK DI JAKARTA

(Rachelle Princessca Lau)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah mendorong pertumbuhan layanan transportasi online di Indonesia, termasuk Gojek, sebagai salah satu penyedia layanan transportasi online terbesar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Purchase Intention* atau minat konsumen untuk menggunakan layanan GoFood pada aplikasi Gojek di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* melalui *software* SmartPLS 4. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Sales Promotion*, sedangkan variabel terikatnya adalah *Purchase Intention*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Sales Promotion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen, di mana indikator *how to promote and distribute the promotion package* menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong minat konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa strategi promosi yang menarik berperan penting dalam meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan layanan Gojek.

Kata kunci: GOJEK, Minat Beli, Promosi Penjualan

THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION ON CONSUMERS' INTEREST IN USING GOFOOD SERVICES ON THE GOJEK APPLICATION IN WEST JAKARTA

(Rachelle Princessca Lau)

ABSTRACT

The development of technology and communication has driven the growth of online transportation services in Indonesia, including Gojek, as one of the largest online transportation service providers in the country. This study aims to analyze the effect of Sales Promotion on Purchase Intention or consumer interest in using GoFood services on the Gojek app in West Jakarta. This study uses a quantitative method with a Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach through SmartPLS 4 software. The independent variable in this study is Sales Promotion, while the dependent variable is Purchase Intention. The results of the study indicate that Sales Promotion has a positive and significant effect on consumer interest, with the indicator of how to promote and distribute the promotion package being the most dominant factor in driving consumer interest. The conclusion of this study emphasizes that attractive promotional strategies play an important role in increasing consumer interest in using Gojek services.

Keywords: *GOJEK, Purchase Intention, Sales Promotion*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1 Kegunaan Akademis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	5
1.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	18
1.2.1 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	18
1.2.2 <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	22
2.3 Hipotesis Teoritis	26
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	29

3.4	Operasionalisasi Variabel/Konsep	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas).....	40
3.7	Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	44
4.1.1	Demografi Responden.....	44
4.2	Hasil Penelitian	45
4.2.1	Diagram PLS-SEM	45
4.2.2	<i>Convergent Validity</i>	47
4.2.3	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	54
4.2.4	Uji Validitas Diskriminan	54
4.2.5	<i>Internal Consistency Reliability</i>	56
4.2.6	<i>Coefficient of Determination (R²)</i>	56
4.2.7	<i>Uji Deskriptif</i>	57
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran	74
5.2.1	Saran Akademis	74
5.2.2	Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		79

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel	35
Tabel 4. 1 Demografi Responden.....	44
Tabel 4. 2 Keterangan Kode Diagram.....	46
Tabel 4. 3 Konstruk Tidak Valid.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Uji Outer Loading Factor	52
Tabel 4. 5 Uji Average Variance Extracted (AVE)	54
Tabel 4. 6 Uji Validitas Diskriminan – Cross Loadings	54
Tabel 4. 7 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk - Composite Reliability (CR)	56
Tabel 4. 8 Uji Koefisien Determinasi - R Square (R ²).....	56
Tabel 4. 9 Statistik Dimensi “ <i>The Size of The Incentive</i> ”	57
Tabel 4. 10 Statistik Dimensi “ <i>The Conditions for Participation</i> ”	59
Tabel 4. 11 Statistik Dimensi “ <i>How to Promote and Distribute the Promotion Package</i> ”	61
Tabel 4. 12 Statistik Dimensi “ <i>The Length of the Promotion</i> ”	62
Tabel 4. 13 Statistik Dimensi “Minat Transaksional”	63
Tabel 4. 14 Statistik Dimensi “Minat Referensial”	64
Tabel 4. 15 Statistik Dimensi “Minat Preferensial”	66
Tabel 4. 16 Statistik Dimensi “Minat Eksploratif”	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Bruto Online Food Delivery di 6 Negara ASEAN 2023.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4. 1 Diagram PLS-SEM.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	79
Lampiran B. Konsultasi Form.....	80

