



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENGARUH PROMOSI SHOPEE XPRESS DI *E-COMMERCE* SHOPEE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PENGGUNAAN JASA  
PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS  
(SURVEI KEPADA PENJUAL DI SHOPEE PENGGUNA JASA  
PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS DI BEKASI)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Putri Zakia Tunisa**

**193516416046**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**



***NASIONAL UNIVERSITY***

***THE EFFECT OF SHOPEE XPRESS PROMOTION IN SHOPEE E-COMMERCE ON THE SELECTION OF THE USE OF SHOPEE XPRESS DELIVERY SERVICES  
(SURVEY TO SHOPEE SELLER USERS OF SHOPEE XPRESS DELIVERY SERVICES IN BEKASI)***

***THESIS***

*Submitted As One Of The Requirements To Obtain Bachelor Degree in  
Communication Science (S.I.Kom.)*

**Putri Zakia Tunisa**  
**193516416046**

***COMMUNICATION STUDY PROGRAM  
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE***

***NATIONAL UNIVERSITY***

***JAKARTA***

***2023***



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Putri Zakia Tunisa  
NPM : 193516416046  
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relation  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI SHOPEE XPRESS DI *E-COMMERCE*  
SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN  
PENGUNAAN JASA PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS  
(SURVEI KEPADA PENJUAL DI SHOPEE PENGGUNA JASA  
PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS DI BEKASI)  
Diajukan untuk : Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu (S1) Pada Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Distujui untuk diajukan  
Jakarta, 11 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Ketua Program Studi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Putri Zakia Tunisa  
NPM : 193516416046  
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relation  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI SHOPEE XPRESS DI *E-COMMERCE*  
SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN  
PENGUNAAN JASA PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS  
(SURVEI KEPADA PENJUAL DI SHOPEE PENGGUNA JASA  
PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS DI BEKASI)  
Diajukan untuk : Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu (S1) Pada Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan untuk diajukan  
Jakarta, 7 Maret 2023

Dosen Pembimbing,

Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Dekan,

  
Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Zakia Tunisa

NPM : 193516416046

Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI SHOPEE XPRESS DI *E-COMMERCE* SHOPEE  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN PENGGUNAA JASAPENGIRIMAN  
SHOPEE XPRESS (SURVEI KEPADA PENJUAL DI SHOPEE PENGGUNA JASA  
PENGIRIMAN SHOPEE XPRESS DI BEKASI)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyampaian dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 3 Maret 2023



Putri Zakia Tunisa



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama Mahasiswa : Putri Zakia Tunisa  
NPM : 193516416046  
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relation  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Shopee Xpress Di *E-Commerce* Shopee Terhadap Keputusan Pemilihan Penggunaan Jasa Pengiriman Shopee Xpress (Survei Kepada Penjual Di Shopee Pengguna Jasa Pengiriman Shopee Xpress Di Bekasi)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

**DEWAN PENGUJI**

Ketua Sidang : Dr. Irma Indrayani Arief, S.I.P., M.Si. (  )  
Pembimbing I/Penguji I : Nanyu Sriwartini, S.Sos., M.Si. (  )  
Pembimbing II/Penguji II : Dr. Nurhasanah Haspiami, M.Si. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 25/02/2023

## ABSTRAK

Promosi merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan yang menjual produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak, bertujuan untuk dapat mempengaruhi khalayak agar berminat untuk membeli ataupun menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Pertumbuhan belanja *online* saat ini sudah menjadi salah satu *market segment* yang besar bagi perusahaan ekspedisi atau pengiriman barang, mengingat dalam melakukan belanja melalui *e-commerce* memerlukan jasa kurir pengiriman dalam mengirimkan barang yang dipesan secara *online*. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi Shopee Xpres terhadap keputusan pemilihan jasa pengiriman Shopee Xpress di Bekasi dan memiliki tujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh promosi Shopee Xpress terhadap keputusan pemilihan jasa pengiriman Shopee Xpress di Bekasi. Dalam penelitian ini menggunakan teori integrasi informasi, teori ini mengasumsikan individu sebagai manusia yang mempunyai kemampuan mengolah informasi mencakup proses mengumpulkan dan mengorganisasi informasi tentang sesuatu hal dan memengaruhi sikapnya sesuai konsep yang di perolehnya saat mengolah informasi itu. Berbagai jenis informasi dijadikan bahan pemikirannya dan diolah sebelum mengambil keputusan atau sikap tertentu. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan melakukan penyebaran kuesioner dan populasi bersifat infinit sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan jumlah 100 responden yaitu pengguna Shopee Xpress yang berada di Bekasi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan teknik analisis inferensial yang diolah dengan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemilihan jasa pengiriman yang dibuktikan nilai koefisien  $r$  hitung  $(0,579) > r$  tabel  $(0,197)$  termasuk ke dalam kategori cukup atau sedang serta bernilai positif sehingga berarti terdapat hubungan yang linier. Pada hasil uji determinasi menunjukkan terdapat pengaruh sebesar 33,5% yang mempengaruhi keputusan pemilihan jasa pengiriman dan sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi oleh faktor lain, persamaan regresi linier sederhana menunjukkan persamaan  $Y=33,314+0,551 (X)$ . Dengan demikian penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan promosi Shopee Xpress terhadap keputusan pemilihan jasa pengiriman Shopee Xpress.

**Kata kunci: Promosi, Keputusan Pemilihan, Integrasi Informasi.**

## ABSTRACT

*Promotion is one of the communication activities carried out by companies that sell products or services aimed at audiences, aiming to influence audiences to be interested in buying or using products or services offered by a company. The growth of online shopping has now become one of the biggest market segments for freight forwarding or shipping companies, considering that shopping through e-commerce requires courier delivery services to deliver goods ordered online. This research is used to determine the effect of Shopee Xpress promotions on the decision to choose Shopee Xpress delivery services in Bekasi and has the aim of analyzing how much influence Shopee Xpress promotions have on the decision to choose Shopee Xpress delivery services in Bekasi. In this study using information integration theory, this theory assumes that individuals are human beings who have the ability to process information including the process of collecting and organizing information about something and influencing their attitude according to the concepts they acquire when processing that information. Various types of information are used as material for thought and processed before making certain decisions or attitudes. This study used a survey method by distributing questionnaires and the population is infinite so that the sample used in this study was 100 respondents, namely Shopee Xpress users in Bekasi. This study uses simple linear regression analysis with inferential analysis techniques processed with SPSS 25. The results show that the promotion variable has a significant effect on the decision to select a delivery service as evidenced by the coefficient value  $r$  count (0.579) >  $r$  table (0.197) included in the category sufficient or moderate and has a positive value so that it means there is a linear relationship. The results of the determination test show that there is an influence of 33.5% which influences the decision to choose a delivery service and the remaining 66.5% is influenced by other factors, the simple linear regression equation shows the equation  $Y = 33.314 + 0.551(X)$ . Thus this study shows that there is a significant influence of Shopee Xpress promotions on the decision to choose Shopee Xpress shipping services.*

**Keywords: Promotion, Election Decision, Information Integration.**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Shopee Xpress Di E-Commerce Shopee Terhadap Keputusan Pemilihan Penggunaan Jasa Pengiriman Shopee Xpress (Survei Kepada Penjual Di Shopee Pengguna Jasa Pengiriman Shopee Xpress Di Bekasi)”** dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- a) Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
- b) Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
- c) Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- d) Ibu Yayu Sriwartini S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dalam merencanakan studi tiap semester selama proses akademik berlangsung.

- e) Ibu Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai;
- f) Segenap Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
- g) Seluruh staff sekretariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
- h) Seluruh responden pada penelitian ini yang telah membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan;
- i) Orang tua dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral serta kasih sayang selama ini, dan
- j) Teman dan sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 25 Februari 2023



Putri Zakia Tunisa

## DAFTAR ISI

	Halaman
Perstujuan Skripsi.....	i
Pengesahan Skripsi.....	ii
Pernyataan Orisinalitas.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Akademis.....	11
1.6.2 Manfaat Teoritis.....	11
1.6.3 Manfaat Praktis.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Teori Integrasi Informasi.....	22

2.2.2	Konsep Promosi .....	24
2.2.3	Keputusan Memilih.....	28
2.3	Kerangka Pemikiran .....	34
2.4	Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Paradigma Penelitian.....	38
3.2	Pendekatan Penelitian.....	39
3.3	Taraf Signifikansi riset .....	40
3.4	Sifat dan jenis Penelitian .....	40
3.5	Populasi, Ukuran Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	41
3.5.1	Populasi.....	41
3.5.2	Ukuran Sampel.....	43
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6.1	Data Primer .....	44
3.6.2	Data Sekunder.....	44
3.6.3	Instrumen Penelitian.....	45
3.7	Operasionalisasi Konsep Variabel.....	47
3.7.1	Promosi Shopee Xpress (X).....	47
3.7.2	Keputusan Pemilihan Jasa Pengiriman (Y).....	51
3.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	59
3.8.1	Uji Validitas .....	59
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	62
3.9	Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	64
3.9.1	Uji Hipotesis.....	64
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi.....	67
3.9.3	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	67
3.10	Waktu dan Tempat Penelitian.....	69

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	70
4.1    Gambaran Umum Profil Perusahaan.....	70
4.2    Gambaran Profil Responden.....	72
4.2.1    Usia Responden.....	72
4.2.2    Jenis Kelamin Responden.....	72
4.2.3    Tabel Silang profil responden.....	72
4.2.4    Memiliki toko di Shopee.....	73
4.2.5    Lokasi toko berada di Bekasi.....	74
4.2.6    Menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress.....	74
4.2.7    Berapa lama menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress.....	74
4.2.8    Pernah melihat atau mengetahui promosi yang dilakukan Shopee.....	75
4.3    Hasil Penelitian Variabel X (Promosi Shopee Xpress).....	76
4.4    Hasil Penelitian Variabel Y (Keputusan Pemilihan Penggunaan Jasa Pengiriman Shopee Xpress).....	85
4.5    Uji Hipotesis.....	94
4.5.1    Uji Korelasi.....	94
4.5.2    Uji secara parsial (uji T).....	96
4.5.3    Uji Koefisien Determinasi.....	96
4.5.4    Uji secara simultan (uji F).....	97
4.6    Analisis Regresi Linier Sederhana.....	98
4.7    Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	99
4.8    Kontribusi Setiap Dimensi Promosi Shopee Xpress Terhadap Keputusan Pemilihan Jasa Pengiriman.....	114
4.9    PEMBAHASAN.....	120
BAB V PENUTUP.....	123
5.1    Kesimpulan.....	123
5.2    Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA.....	127
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	134

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner.....	134
Lampiran 2 : Tabulasi Data Jawaban Responden Uji Validitas dan Reliabilitas ..	140
Lampiran 3 : Tabulasi Data Jawaban Responden Riset .....	141
Lampiran 3 : Promosi yang dilakukan Shopee Xpress.....	148
Lampiran 4: Hasil Pengecekan Plagiarisme Turnitin.....	149



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Situs <i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak .....	2
Gambar 1. 2 Data Pra Survey Keputusan Pemilihan Jasa Pengiriman .....	8
Gambar 2.3. 1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4. 1 Logo Shopee Xpress.....	70

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.5. 1 Data Sampel .....	44
Tabel 3.7. 1 Operasionalisasi Konsep Variabel X Promosi Shopee Xpress.....	54
Tabel 3.7. 2 Operasionalisasi Konsep Variabel Y Keputusan Pemilihan Jasa Pengiriman .....	57
Tabel 3.8. 1 Hasil Pengujian Validitas .....	61
Tabel 3.8. 2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	64
Tabel 3.9. 1 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	65
Tabel 3.10. 1 Jadwal Penelitian.....	69
Tabel 4.2. 1 Usia Responden.....	72
Tabel 4.2. 2 Jenis Kelamin Responden .....	72
Tabel 4.2. 3 Jenis Kelamin Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.2. 4 Apakah anda memiliki toko di Shopee ?.....	73
Tabel 4.2. 5 Apakah toko anda berlokasi di Bekasi ? .....	74
Tabel 4.2. 6 Apakah anda menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress ? .....	74
Tabel 4.2. 7 Sudah berapa lama anda menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress ? .....	75
Tabel 4.2. 8 Apakah anda pernah melihat atau mengetahui promosi yang dilakukan Shopee Xpress ? .....	75
Tabel 4.3. 1 Iklan promosi melalui web Shopee memberikan informasi tentang promosi Shopee Xpress.....	76
Tabel 4.3. 2 Iklan promosi yang dilakukan Shopee Xpress melalui web membujuk untuk menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress .....	76
Tabel 4.3. 3 Iklan promosi Shopee Xpress mengingatkan akan pilihan jasa pengiriman Shopee Xpress.....	77
Tabel 4.3. 4 Dengan adanya Promosi Shopee Xpress dalam memberikan cashback memberikan keuntungan bagi penjual.....	77

Tabel 4.3. 5 Dengan adanya Promosi Shopee Xpress dalam memberikan voucher toko menarik perhatian penjual .....	78
Tabel 4.3. 6 Dengan adanya Promosi Shopee Xpress memberikan garansi barang hilang atau rusak menambah kepercayaan dalam menggunakan layanan jasa pengiriman bagi penjual.....	78
Tabel 4.3. 7 Dengan adanya Promosi Shopee Xpress memberikan layanan pickup gratis memudahkan dalam proses pengiriman barang pesanan bagi penjual .....	79
Tabel 4.3. 8 Dalam menyampaikan promosi Shopee Xpress, karyawan Shopee Xpress memiliki kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan .....	80
Tabel 4.3. 9 Dalam menyampaikan promosi Shopee Xpress, karyawan Shopee Xpress memiliki sikap yang sopan dengan pelanggan.....	80
Tabel 4.3. 10 Dalam menyampaikan promosi Shopee Xpress, karyawan Shopee Xpress mampu mengendalikan emosi.....	81
Tabel 4.3. 11 Dalam menyampaikan promosi Shopee Xpress, karyawan Shopee Xpress menunjukkan kemampuan menjelaskan manfaat/keuntungan menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress.....	81
Tabel 4.3. 12 Dalam menyampaikan promosi Shopee Xpress, karyawan Shopee Xpress memberikan perhatian kepada pelanggan .....	82
Tabel 4.3. 13 Dalam menyampaikan promosi Shopee Xpress, karyawan shopee xpress memberikan solusi terhadap masalah jasa pengiriman .....	82
Tabel 4.3. 14 Shopee Xpress melakukan promosi dengan melakukan pendekatan kepada pengguna Shopee Xpress .....	83
Tabel 4.3. 15 Shopee Xpress melakukan promosi dengan menjaga hubungan baik dengan pengguna Shopee Xpress.....	83
Tabel 4.3. 16 Promosi Shopee Xpress di komunikasikan secara langsung oleh karyawan Shopee Xpress kepada pengguna Shopee Xpress.....	84
Tabel 4.3. 17 Dalam menyampaikan Promosi Shopee Xpress karyawan Shopee Xpress memberikan tanggapan secara langsung kepada pengguna Shopee Xpress .....	84



Tabel 4.4 1 Melalui promosi Shopee Xpress anda mampu mengenali masalah dalam memilih jasa pengiriman .....	85
Tabel 4.4 2 Melalui promosi Shopee Xpress mampu memenuhi kebutuhan anda dalam mengirimkan paket .....	86
Tabel 4.4 3 Melalui promosi Shopee Xpress anda mengetahui kebutuhan pelanggan menggunakan Shopee Xpress dalam mengirimkan paket .....	86
Tabel 4.4 4 Melalui promosi Shopee Xpress anda mencari informasi tentang pengiriman Shopee Xpress dari teman .....	87
Tabel 4.4 5 Melalui promosi Shopee Xpress anda mencari informasi tentang pengiriman Shopee Xpress dari pegawai Shopee Xpress.....	87
Tabel 4.4 6 Melalui promosi Shopee Xpress anda mencari informasi tentang pengiriman shopee xpress dari media massa .....	88
Tabel 4.4 7 Melalui Promosi Shopee Xpress anda mencari informasi tentang pengiriman Shopee Xpress dari pengalaman penggunaan jasa pengiriman Shopee Xpress .....	88
Tabel 4.4 8 Melalui promosi Shopee Xpress, anda mengevaluasi pengiriman Shopee Xpress menjadi pilihan memenuhi kebutuhan dalam mengirimkan paket.	89
Tabel 4.4 9 Melalui promosi Shopee Xpress anda mengevaluasi kualitas pengiriman yang baik dengan Shopee Xpress .....	89
Tabel 4.4 10 Melalui promosi Shopee Xpress anda mengevaluasi manfaat menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress .....	90
Tabel 4.4 11 Melalui promosi Shopee Xpress anda mengevaluasi keuntungan menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress .....	90
Tabel 4.4 12 Melalui Promosi Shopee Xpress anda memutuskan untuk memilih menggunakan jasa Pengiriman Shopee Xpress .....	91
Tabel 4.4 13 Melalui promosi Shopee Xpress, anda mendapatkan keuntungan dalam menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress .....	91
Tabel 4.4 14 Melalui promosi Shopee Xpress, anda memilih menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress karena memiliki citra yang baik dalam pengiriman paket .....	92
Tabel 4.4 15 Melalui promosi Shopee Xpress, anda terus menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress .....	92
Tabel 4.4 16 Melalui promosi Shopee Xpress anda menghimbau orang lain menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress .....	93
Tabel 4.4 17 Melalui promosi Shopee Xpress anda merasa puas menggunakan jasa pengiriman Shopee Xpress .....	93
Tabel 4.5. 1 Korelasi .....	94

Tabel 4.5. 2 Model Summary .....	96
Tabel 4.5. 3 ANOVA <sup>a</sup> .....	97
Tabel 4.6. 1 Coefficient <sup>a</sup> .....	98
Tabel 4.7. 1 Gambaran Promosi dalam Pandangan Responden.....	101
Tabel 4.7. 2 Tabel Silang Gambaran Variabel Promosi Berdasarkan Jenis Kelamin	102
Tabel 4.7. 3 Tabel Silang Gambaran Variabel Promosi Berdasarkan Usia.....	103
Tabel 4.7. 4 Analisis Gambaran Kategorisasi Setiap Dimensi Variabel Promosi.....	105
Tabel 4.7. 5 Gambaran Keputusan Pemilihan Jasa Pengiriman Shopee Xpress dalam Pandangan Responden.....	108
Tabel 4.7. 6 Tabel Silang Gambaran Variabel Keputusan Pemilihan Berdasarkan Jenis Kelamin .....	109
Tabel 4.7. 7 Tabel Silang Gambaran Variabel Keputusan Pemilihan Berdasarkan Usia .....	110
Tabel 4.7. 8 Analisis Gambaran Kategorisasi Setiap Dimensi Variabel Keputusan Pemilihan Jasa Pengiriman Shopee Xpress.....	112
Tabel 4.8 1 Tabel Korelasi Variabel Promosi Shopee Xpress dengan Variabel Keputusan Pemilihan Jasa Pengiriman .....	114
Tabel 4.8 2 Tabel korelasi nilai Cross-product deviation and covariances .....	115
Tabel 4.8 3 Tabel Hasil Penghitungan Nilai Regresi .....	117
Tabel 4.8 4 Tabel Penghitungan Nilai b koefisien .....	118
Tabel 4.8 5 Tabel Rangkuman nilai 4 Komponen.....	118
Tabel 4.8 6 Hasil Perhitungan Nilai Kontribusi Setiap Dimensi Promosi Shopee Xpress Terhadap Keputusan Pemilihan Jasa Pengiriman .....	119