

**ANALISIS TURUNNYA MINAT BELI KONSUMEN
PADA JASA PENGIRIMAN PT POS INDONESIA (PERSERO)
CABANG KUNINGAN JAWA BARAT**

**MEISAR SELVIANINGRUM
1702521034**



Skripsi ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pemasaran Digital pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

***ANALYSIS OF THE DECLINE IN CONSUMER PURCHASE
INTENTION IN THE DELIVERY SERVICES OF PT POS
INDONESIA (PERSERO)
KUNINGAN BRANCH WEST JAVA***

***MEISAR SELVIANINGRUM
1702521034***



*This Thesis Is Prepared As One of the Requirements to Obtain an Applied
Bachelor's Degree in Digital Marketing at the Faculty of Economics and
Business, State University of Jakarta*

***DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM
APPLIED BACHELOR'S PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITY OF JAKARTA
2026***

ABSTRAK

Meisar Selvianingrum, 2025 : Analisis Turunnya Minat Beli Konsumen pada Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kuningan Jawa Barat, Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Dosen Pembimbing : Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D & Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan minat beli konsumen pada jasa pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kuningan, Jawa Barat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan teknik *purposive sampling* terhadap 104 responden. Minat beli dianalisis melalui dimensi eksploratif, referensial, preferensial, dan transaksional yang dikaji berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), meliputi *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude toward behavior*, *perceived behavioral control*, minat referensial, dan minat preferensial berada pada kategori tidak baik, minat transaksional sangat tidak baik, sedangkan *subjective norms* dan minat eksploratif tergolong cukup baik. Temuan ini menunjukkan bahwa penurunan minat beli dipengaruhi oleh rendahnya niat konsumen, lemahnya tingkat preferensi dan rekomendasi konsumen, serta kurangnya persepsi kemudahan, kepercayaan, dan sikap positif terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Kata Kunci : PT Pos Indonesia, Minat Beli, TPB

ABSTRACT

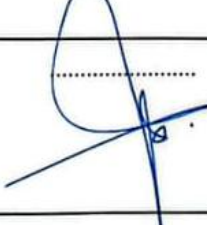
Meisar Selvianingrum, 2026: Analysis of the Decline in Consumer Purchase Intention in the Delivery Services of PT Pos Indonesia (Persero), Kuningan Branch, West Java, Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta. Supervisors: Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D & Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A.

This study aims to identify the factors contributing to the decline in consumer purchase intention toward the delivery services of PT Pos Indonesia (Persero), Kuningan Branch, West Java. The research employs a quantitative approach using descriptive analysis and purposive sampling, involving 104 respondents. Purchase intention is analyzed through explorative, referential, preferential, and transactional dimensions, examined based on the Theory of Planned Behavior (TPB), which includes attitude toward behavior, subjective norms, and perceived behavioral control. The results indicate that attitude toward behavior, perceived behavioral control, referential intention, and preferential intention fall into the poor category, transactional intention is categorized as very poor, while subjective norms and explorative intention are classified as fair. This finding indicates that the decline in purchase intention is influenced by low consumer intention, weak levels of consumer preference and recommendation, as well as a lack of perceived ease, trust, and positive attitudes toward the quality of services provided.

Keywords : PT Pos Indonesia, Purchase Intention, Theory of Planned Behavior (TPB)

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prof. Dr. Mohamad Rihan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Agung Kresnamurti Rivai P, MM NIP. 199111022022032013 (Ketua)		27 Januari 2026
2	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli 2)		26 Januari 2026
3	Sheyla Silvia Siregar, S.S., M.Si NIP. 198907202019032014 (Penguji Ahli 3)		27 Januari 2026
4	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Pembimbing 1)		27 Januari 2026
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, Chrp NIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)		26 Januari 2026
Nama : Meisar Selvianingrum No. Registrasi : 1702521034 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 17 Desember 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR ORISINALITAS

Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meisar Selvianingrum

NIM : 1702521034

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Analisis Turunnya Minat Beli Konsumen pada Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kuningan Jawa Barat”** ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Oleh karena itu, terkait sumber informasi yang telah saya kutip ini disebutkan dalam teks lalu dicantumkan pada daftar Pustaka.

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan tidak dalam pengaruh dari pihak manapun.

Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas perhatiannya.

Jakarta, 21 Januari 2026

Yang membuat pernyataan


Meisar Selvianingrum
NIM. 1702521034

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Meisar Selvianingrum
NIM : 1702521034
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pemasaran Digital
Alamat email : selvianingrummeisar@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Turunnya Minat Beli Konsumen Pada Jasa Pengiriman Pt Pos Indonesia (Persero) Cabang Kuningan Jawa Barat

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 Januari 2026

Penulis

Meisar Selvianingrum

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, taufik, dan hidayah yang telah diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Turunnya Minat Beli Konsumen pada Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kuningan Jawa Barat”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan dan memerlukan waktu serta usaha yang tidak sedikit, baik dari segi tenaga, pikiran, maupun pengorbanan lainnya. Namun demikian, berkat dukungan, doa, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital dan juga Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing dengan penuh kesabaran, perhatian dan selalu memberikan support dan arahan kepada mahasiswa Pemasaran Digital selama penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas ilmu dan pelajaran yang telah dibagikan dengan tulus

3. Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A selaku Dosen Pembimbing II, yang juga dengan penuh kesabaran dan perhatian turut membimbing serta memberikan pandangan yang tajam dan membangun selama proses ini berlangsung. Terima kasih atas waktu dan ilmu yang telah dibagikan dengan tulus.
4. Teruntuk almarhum bapak Toto Daryanto dan Almarhumah ibu Ichi Rohaasih, pintu surga, kekasih hati, dan cinta pertama penulis, terima kasih yang tulus penulis persembahkan kepada almarhum ayah dan ibu tercinta yang telah berpulang dan tidak dapat menemani penulis selama masa perkuliahan. Meskipun demikian, doa, kasih sayang, serta nilai-nilai kehidupan yang telah ditanamkan semasa hidup senantiasa menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis.
5. Teruntuk superwomen di dunia nyata, ibu Aat Wihati selaku wali ibu dan penanggung jawab terbesar di dalam kehidupan penulis, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada ibu tercinta yang telah menemani, merawat, dan mengurus penulis dengan tulus sejak kepergian orang tua. Dukungan, pengorbanan, perhatian, serta doa yang diberikan menjadi pengganti peran seorang ibu dan sumber kekuatan bagi penulis hingga mampu menyelesaikan pendidikan dan karya ini. Semoga segala kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan mendapat balasan terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa.
6. Teruntuk dua kakak perempuan dan adik laki-laki jagoan penulis, terima kasih atas segala dukungan, canda tawa, dan semangat yang diberikan

sepanjang perjalanan ini yang mungkin tidak selalu hadir dalam bentuk bantuan nyata, tapi keberadaannya selalu menjadi pengingat

7. Teruntuk sahabat-sahabat penulis, yaitu Reta, Dila, Sofhia, Faras, Adisti, Siti Juleha, Aldo, Andreanto, Prakasta, Nugraha yang telah menjadi bagian penting dalam proses ini. Terima kasih atas semangat, dukungan, tawa, serta kebersamaan yang begitu berarti sepanjang perjalanan perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Terakhir, penulis berterima kasih kepada satu sosok gadis yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang yang selalu menyembunyikan sakitnya dalam hening, perempuan sederhana yang memiliki hati kecil dengan mimpi sangat besar. Terima kasih kepada peneliti dalam skripsi ini yaitu diriku sendiri, Meisar Selvianingrum. Anak Perempuan pertama yang sedang mengusahakan segalanya untuk kehidupan dirinya sendiri dan adik laki-laki tercintanya. Terima kasih telah berjuang dan bertahan sejauh ini, terima kasih karena memilih untuk tidak menyerah meskipun setiap malam penuh keraguan. Semoga bisa melewati rintangan selanjutnya yang semesta berikan dan berbahagialah.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Teori TPB (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	11
2. Minat Beli Konsumen	14
B. Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Waktu dan Tempat Penelitian	21

B. Desain Penelitian.....	21
C. Populasi dan Sampel	22
1. Populasi.....	22
2. Sampel.....	22
D. Pengembangan Instrumen	24
1. Definisi Operasional Variabel.....	24
2. Instrumen Penelitian.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Uji Instrumen Penelitian	30
1. Uji Validitas	30
2. Uji Reliabilitas	31
G. Teknik Analisis Data.....	31
1. Analisis Deskriptif	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Analisis Deskriptif	35
1. Profil Responden.....	35
2. Uji Instrumen Penelitian	38
B. Analisis Deskriptif TPB (<i>Theory of Planned Behavior</i>) dan Minat Beli Konsumen.....	40
1. Dimensi Teori TPB (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	40
2. Dimensi Teori Minat Beli	45
C. Pembahasan.....	49
BAB V PENUTUP	55

A. Kesimpulan	55
B. Implikasi.....	56
1. Implikasi Teoretis.....	56
2. Implikasi Praktis	57
C. Keterbatasan Penelitian.....	57
D. Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	64
RIWAYAT PENULIS.....	91

