

**UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Delia Febriany
NPM : 2022219004
Judul Skripsi : Pengaruh Media GrabMart Kilat Terhadap Minat Beli Produk
Kebutuhan Pokok

Skripsi ini telah disetujui untuk disidangkan oleh Tim Pembimbing, yang terdiri dari :

Tanggal, 20 Maret 2025

Dosen Pembimbing

(**Dr. Rqfi'I, S.Sos.I., MM**)



Tanggal,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(**Husen Mony, S.Ik., M.Si**)



UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PEMINATAN HUBUNGAN MASYARAKAT

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Delia Febiany
NPM : 2022219004
Judul Skripsi : Pengaruh Media GrabMart Kilat Terhadap Minat Beli Produk
Kebutuhan Pokok Konsumen

Tanggal Sidang : 26 Februari 2025

Skripsi ini telah disetujui oleh panitia sidang skripsi, yang terdiri dari :

Tanggal, 20 Maret 2025
Ketua Sidang / Dosen Pembimbing

(**Dr. Rafi'I, S.Sos.L, MM**)



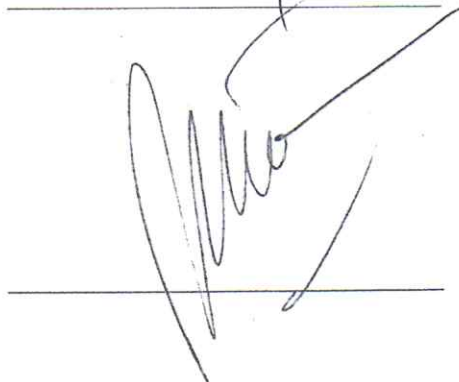
Tanggal,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(**Husen Mony, S.Ik., M.Si**)



Tanggal,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(**Dr. Mirza Ronda, M.Si**)



PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor.....

Skripsi / Tugas Akhir dengan judul:

**Pengaruh Media GrabMart Kilat Terhadap Minat Beli Produk Kebutuhan Pokok
Konsumen**

Yang disusun oleh :

Nama : Delia Febriany
NPM : 2022219004
Telah diuji sidang pada tanggal : 26 Februari 2025
Ketua sidang/Penguji Utama : Dr. Rafi'I, S.Sos.I., MM
Penguji Ahli : Husen Mony, S.Ik., M.Si
Penguji Penelaah : Daesy Ekayathi, S.Pd., M.Si
Sekertaris Sidang : Fatimah Bilqis, M.A

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta.

Jakarta, 20 Maret 2025

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Mirza Rohda, M.Si)

Ketua Program Studi S-1

Ilmu Komunikasi

(Husen Mony, S.Ik., M.Si)

ABSTRAK

Pengaruh GrabMart Kilat Terhadap Minat Beli Produk Kebutuhan Pokok

Konsumen

Delia Febriany

2022219004

(xvii + 5 Bab + 176 Hal + 118 Tbl + 12 Gbr + 7 Lampiran + 57 Bibl (2014-2024))

Perkembangan teknologi dalam layanan telah mendorong munculnya berbagai platform belanja daring, salah satunya adalah GrabMart Kilat. Namun, terdapat permasalahan dalam memahami sejauh mana layanan GrabMart Kilat mampu mempengaruhi minat beli konsumen, dengan menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen, yang menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh stimulus eksternal, persepsi individu, dan motivasi konsumen. Dalam konteks GrabMart Kilat, kecepatan layanan, kemudahan akses, dan kualitas produk menjadi element penting yang memengaruhi minat beli. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan survey eksplanatif terhadap konsumen GrabMart Kilat. Yaitu ingin mengetahui situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Populasi yang menjadi subjek penelitian ini berjumlah 14010 orang. Sampel yang ditetapkan sebanyak 99 orang, teknik analisis data yang digunakan adalah rumus product moment (pearson's correlations) yang di istilahkan (r). Dari penelitian ini yang didapat yakni 0,955 yang artinya hubungan sangat tinggi kuat sekali, dapat diandalkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa "Pengaruh GrabMart Kilat Terhadap Minat Beli Produk Kebutuhan Pokok Konsumen" memiliki pengaruh yang kuat dalam minat beli produk kebutuhan pokok konsumen.

Kata Kunci : GrabMart Kilat, Minat Beli, Kebutuhan Pokok, Konsumen, Komunikasi.

ABSTRACT

The Influence of GrabMart Kilat on Consumers' Purchase Interest of Essential Goods, Consumer Behavior

Delia Febriany

2022219004

(xvii + 5 Chapt + 176 Pages + 118 Tbl + 12 Pict + 7 Attach + 57 Ref (2014-2024))

Technological developments in services have encouraged the emergence of various online shopping platforms, one of which is GrabMart Kilat. However, there is a problem in understanding the extent to which the GrabMart Kilat service is able to influence consumers' buying interest, by highlighting the factors that influence the purchase decision. This study uses consumer behavior theory, which explains that purchasing decisions are influenced by external stimuli, individual perceptions, and consumer motivation. In the context of GrabMart Kilat, service speed, ease of access, and product quality are important factors that affect buying interest. The research method used is a quantitative approach with an explanatory survey of GrabMart Klat consumers. That is, wanting to know what certain situations or conditions occur or what affects the occurrence of something. The population that is the subject of this study is 14010 people. The sample was set as many as 99 people, the data analysis technique used was the product moment formula (Pearson's correlations) which is termed (r). From this study, it was obtained which is 0,955 which means that the relationship is very high, very strong, reliable, so it can be concluded that "The Influence of GrabMart Lightning on Consumer Interest in Buying Basic Necessities" has a strong influence on consumer interest in buying basic necessities products.

Keywords: *GrabMart Kilat, Buying Interest, Basic Needs, Consumers, Communication.*