

**PENGARUH IKLAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BELI  
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
UNIVERSITAS FLORES TAHUN ANGKATAN 2022/2023**

**SKRIPSI**

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan**

**OLEH**

**UMMY SHOFIYAH MUHAMMAD  
NIM: 2019210364**



**UNIVERSITAS FLORES  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
ENDE  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH IKLAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BELI  
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
UNIVERSITAS FLORES TAHUN ANGKATAN 2022/2023**

**UMMY SHOFIYAH MUHAMMAD  
NIM: 2019210364**

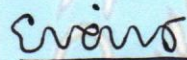
**Skripsi Ini Telah Disetujui Untuk Dipertahankan Didepan Dewan Penguji  
Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi**

**Ende, 24 November 2023**

**Menyetujui :**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**





**Stefanus H. G. Ma, SE., M.Ec.Dev.**

**Maria Kristina Ota, S.Pd., M.Pd.**

**NIDN : 0816088501**

**NIDN : 0808116101**

**Mengetahui:**

**Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Flores**

  
**Sayful Amrin, SE, M.Ec.Dev**

**NIPY : 19802011490**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH IKLAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BELI  
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
UNIVERSITAS FLORES TAHUN ANGGARAN 2022/2023

UMMY SHOFIYAH MUHAMMAD  
NIM : 2019210364

Dipertanggungjawabkan di depan Panitia Penguji Skripsi  
Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Flores  
Hari/Tanggal: 24, Januari 2024

PANITIA PENGUJI

1. Drs. Yosef Moan Banda, M.Pd. (.....)  
Penguji I
2. Fransiskus Korosando, S.Pd., M.Pd. (.....)  
Penguji II
3. Drs. Elias Beda, M.Pd. (.....)  
Penguji III
4. Stefanus H. G. Ma, SE., M.Ec.Dev. (.....)  
Pembimbing I
5. Maria Kristina Ota, S.Pd., M.Pd. (.....)  
Pembimbing II

Mengesahkan:

Dekan,  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Flores

Dr. Sofia Sa'o, M.Pd.  
NIPY. 1980 98 114

Ketua,  
Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Universitas Flores

Sayful Amrin, SE., M.Ec.Dev.  
NIPY. 19802011490

**MOTTO**

**“SEKERAS APAPUN OMBAK MENGHANTAM KAPALMU  
JANGAN PERNAH BERPIKIR UNTUK LOMPAT DARI KAPAL MU”**

**(UMMY)**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah atas izin Allah SWT yang telah memberikan kelancaran kepada saya dalam mengerjakan Karya Tulis Ilmiah ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan Karya Tulis Ilmiah ini teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan saya kuat sehingga bisa menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini. Dengan tulus hati saya persembahkan Karya Tulis Ilmiah ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberi saya kekuatan, membekali saya dengan ilmu pengetahuan serta memperkenalkan saya dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya Karya Tulis Ilmiah yang sederhana ini dapat terselesaikan tepat waktu.
2. Ayahanda Muhammad Pua Manita, seseorang yang biasa saya sebut ayah dan berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah, terima kasih sudah bekerja keras dan menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya kini saya bisa berada di tahap ini, menyelesaikan karya tulis ilmiah untuk mendapatkan gelar sarjana sebagaimana perwujudan impian keluarga kita.
3. Mamaku tercinta Jaenab Yusuf, perempuan hebat yang selalu menjadi penyemangat. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini untuk mu. Terima kasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta, menjadi pendengar yang baik dan menjadi rumah yang nyaman untuk pulang hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada di posisi saat ini.

4. Kedua kaka saya Syamsudin Muhammad dan Fajarudin Muhammad yang selalu memberikan dorongan dan motivasi hingga sampai ketahap ini. Semoga selalu diberkahi dan diberikan kesehatan.
5. Kedua adik saya Akmaludin Muhammad dan Azzaliya Chairunisa
6. Keluarga Besar Muhammad Rustam yang telah memberikan motivasi maupun dukungan materi
7. Sahabat saya Ayu Wandira dan Sulastri Thamrin yang telah memberikan dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses perkuliahan ini.
8. Almamater-ku tercinta Universitas Flores
9. Agama, Bangsa, dan Negara-Ku Tercinta, Indonesia

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan Rahmat-Nya penulis dapat merangkum skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan *E-Commerce* Terhadap Minat Beli Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores Tahun Angkatan 2022/2023”** ini sesuai dengan apa yang diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menambah wawasan para pembaca.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini telah banyak memakan waktu dan banyak pihak yang dengan ikhlas memberi bantuan berupa dukungan moril maupun material, sehingga penulis dapat menulis skripsi berjalan dengan lancar serta berbagai kesulitan dapat diatasi. Melalui kesempatan ini penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Flores.
2. Dekan dan para Wakil Dekan FKIP Universitas Flores.
3. Ketua, Sekretaris, para dosen dan karyawan Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Flores.
4. Stefanus H. G. Ma, SE., M.Ec.Dev. selaku pembimbing I dan Maria Kristina Ota, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing II yang telah mengorbankan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing, memotivasi hingga rampungnya skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2019/2020 Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan dukungan kepada saya.

6. Adik-adik Mahasiswa/i Angkatan 2022/2023 Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah membantu berupa informasi dan data saat penelitian.

Kiranya segala jasa dan budi baik yang dilimpahkan kepada saya mendapat berkat dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhirnya saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membantu untuk menyempurnakan skripsi ini.

Ende, Maret 2024

Penulis



## ABSTRAK

### PENGARUH IKLAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS FLORES TAHUN ANGKATAN 2022/2023

Ummy Shoffiyah Muhammad  
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fkip, Universitas Flores  
E-mail : [ummishoffiyah@gmail.com](mailto:ummishoffiyah@gmail.com)

Tujuan dalam penelitian ini untuk untuk mengetahui: (1) Pengaruh iklan *E-Commerce* terhadap mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores Tahun Angkatan 2022/2023, (2) Minat beli mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores Tahun Angkatan 2022/2023.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, dokumentasi, dan di analisis menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS new 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Iklan *E-Commerce* sudah mempengaruhi minat beli mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores Tahun Angkatan 2022/2023 hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan dan hasil analisis menunjukan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $15,702 > 2,00404$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , (2) Minat beli mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores Tahun Angkatan 2022/2023 termasuk kategori sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan 81,4%, dimana semakin besar pengaruh iklan *E-Commerce* (X) maka akan semakin berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa (Y), sedangkan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Iklan *E-Commerce* memberikan pengaruh terhadap minat beli mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Flores.

Dengan demikian dapat diberikan Saran sebagai berikut: (1) bagi Mahasiswa/i Program Studi Pendidikan Ekonomi sebaiknya tidak mudah terpengaruh dengan adanya Iklan *E-Commerce*. Sebaiknya mahasiswa/i juga harus mampu mengontrol minat belinya setelah melihat iklan *E-Commerce*. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mempertahankan keinginan sesaat, pemborosan dan pembelian-pembelian yang tidak rasional yang terkadang tanpa sadar sering kita lakukan. (2) Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi penelitian ini diharapkan memberi acuan dan pengalaman bagi para pendidik guna mengarahkan mahasiswa dalam mengontrol diri untuk tidak terpengaruh oleh iklan *E-commerce* secara berlebihan (3) Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh iklan *E-Commerce* sedangkan masih terdapat faktor-faktor lain yang diduga turut berperan dan mempengaruhi minat beli. Penelitian ini dilakukan terbatas pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tidak terbatas pada mahasiswa saja akan tetapi juga pada masyarakat yang lebih luas lagi.

**Kata Kunci : Iklan *E-Commerce* dan Minat Beli.**

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF E-COMMERCE ADVERTISING ON THE PURCHASING INTEREST OF STUDENTS' ECONOMIC EDUCATION STUDY PROGRAM FOR UNIVERSITATION OF FLORES FOR THE YEAR 2022/2023**

**Ummy Shofiyah Muhammad**  
**Economic Education Study Program, Fkip, Flores University**  
**E-mail: [ummyshofiyah@gmail.com](mailto:ummyshofiyah@gmail.com)**

*The aim of this research is to find out: (1) The influence of E-commerce advertising on students of the Economic Education Study Program at the University of Flores, Class 2022/2023, (2) Purchase interest of program students. Flores University Economic Education Study Class 2022/2023.*

*The type of research used is quantitative research with quantitative descriptive methods. Data collection techniques use questionnaires, documentation, and analysis using computer assistance with the SPSS new 26 program.*

*The results of this research show: (1) E-Commerce advertising has influenced the buying interest of students in the Flores University Economics Education Study Program for the class of 2022/2023. This is proven by the results of calculations and analysis results showing that the value of  $t_{count} > t_{table}$  is  $15.702 > 2.00404$  and significant value  $0.000 < 0.05$ , (2) the buying interest of students in the Flores University Economics Education Study Program for the class of 2022/2023 is in the very high category. This is proven by the calculation results of 81.4%, where the greater the influence of E-commerce advertising (X), the more it will influence student buying interest (Y), while the rest is influenced by other variables. Thus, it can be concluded that E-Commerce Advertising has an influence on the buying interest of Economics education students, Flores University.*

*Thus, it can be suggested that (1) Students of the Economic Education Study Program should not be easily influenced by the presence of E-commerce Advertisements. The way to do this is to maintain momentary desires, waste and irrational purchases that we often make without realizing it. (2) For the Economic Education Study Program, is expected to provide references and experience for educators to direct students to control themselves so as not to be excessively influenced by E-commerce advertising (3) For future researchers who are interested in conducting research is only limited to the influence of E-Commerce advertising, while there are still other factors which are thought to play a role and influence purchasing interest. This research was conducted limited to students of the Flores University Economic Education Study Program. Apart from that, future researchers can conduct research not only on students but also on the wider community*

**Keywords: E-commerce Advertising and Purchase Interest.**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini

Nama : Umy Shofiyah Muhammad  
Nim : 2019210364  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Fakultas : Keguruan Dan Ilmu Pendidikan  
Universitas : Flores

Dengan ini menyatakan bahwa :

- a. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam isi skripsi ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
- b. Skripsi ini telah dideteksi plagiasinya dan tidak memiliki tingkat kemiripan diatas 20% sehingga dinyatakan layak.

Ende, Maret 2024  
Yang Membuat Pernyataan



**Umy Shofiyah Muhammad**  
**2019210364**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii.</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii.</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>xi.</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1 E-Commerce.....	7
2.1.1 Jenis-jenis E-Commerce .....	7
2.2 Iklan.....	8
2.2.1 Efektivitas Iklan .....	10
2.2.2 Fungsi Iklan .....	11

2.2.3 Jenis-jenis Iklan .....	12
2.2.4 Indikator Iklan.....	13
2.3 Minat Beli .....	14
2.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli .....	15
2.3.2 Aspek Minat Beli .....	16
2.3.3 Indikator Minat Beli.....	16
2.4 Kajian Penelitian Relevan .....	17
2.5 Kerangka Berpikir .....	20
2.6 Hipotesis Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.4 Rancangan Penelitian .....	25
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	25
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.7 Instrumen Penelitian .....	27
3.8 Teknik Pengumpulan data .....	28
3.9 Teknik Analisis Data .....	30
3.9.1 Uji validitas .....	30
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.10 Uji Prasyarat.....	32
3.11 Analisis Regresi Linear sederhana.....	33
3.12 Uji Hipotesis .....	33
3.13 Koefisien Determinasi.....	34

3.14 Uji Statistik t .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Deskripsi Data.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
4.2 Hasil Penelitian .....	46
4.2.1 Uji Validitas .....	46
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	48
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.2.4 Pengujian Hipotesis .....	50
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	53
4.3.1 Pengaruh Iklan E-Commerce Bagi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi .....	54
4.3.2 Minat Beli Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores.....	55
4.3.3 Pengaruh Iklan E-Commerce Terhadap Minat Beli Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi .....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran.....	61

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel .....	25
Tabel 3.2 Skala Likert .....	28
Tabel 3.3 Kisi-kisi Pedoman Angket .....	29
Table 3.4 Kisi-Kisi Dokumentasi.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis E-Commerce Yang Digunakan .....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Mengakses E- Commerce .....	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berbelanja Online .....	40
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang di Beli Melalui E-Commerce .....	41
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Belanja Melalui E-Commerce .....	42
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orangtua.....	43
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Orangtua Dalam Sebulan .....	44
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Paket Internet Dalam Sebulan.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas .....	50
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik t.....	52
Tabel 4.17 Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	53

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	21
------------------------------------	----