

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP
MINAT BELI *ONLINE* MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU
PENDIDIKAN UNIVERSITAS FLORES ENDE**

SKRIPSI

**Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan
Dalam mendapatkan gelar sarjana pendidikan**

OLEH

**HERLINA BUPU
NIM : 2018211096**



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

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP
MINAT BELI *ONLINE* MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU
PENDIDIKAN UNIVERSITAS FLORES ENDE**

HERLINA BUPU

NIM: 2018211096

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

Disetujui

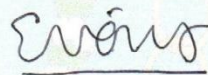
Hari/Tanggal : Jumat, 26 Januari 2024

Pembimbing I



Drs. Yosef Moan Banda, M.Pd.
NIDN : 0819116001

Pembimbing II



Stefanus H.G.Ma, SE., M.Ec.Dev.
NIDN: 0816088501

Mengetahui:

**Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* TERHADAP
MINAT BELI *ONLINE* MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU
PENDIDIKAN UNIVERSITAS FLORES ENDE

HERLINA BUPU

NIM: 2018211096

Dipertanggungjawabkan di depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Flores


Hari/tanggal : Senin, 20 Mei 2024

PANITIA PENGUJI:

1. Dr. Elias Beda, M.Pd.
Ketua penguji I 
2. Maria Kristina Ota, S.Pd., M.Pd.
penguji II 
3. Sayful Amrin, SE, M.Ec. Dev
Penguji III 
4. Drs. Yosef Moan Banda, M.Pd.
Pembimbing I 
5. Stefanus H.G.Ma, SE., M. Ec. Dev
Pembimbing II 

Mengesahkan:


Dekan,
Fakultas Keguruan Dan Ilmu
Pendidikan
Universitas Flores
Dr. Sofia Sa'o., M.Pd
NIPY: 198098114


Ketua,
Program Studi Pendidikan Ekonomi
Universitas Flores
Sayful Amrin, SE., M.Ec. Dev
NIPY: 19802011490

ABSTRAK

Pengaruh Media Sosial *Facebook* Terhadap Minat Beli *Online* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan DaN Ilmu Pendidikan Universitas Flores Ende.

Herlina Bupu

Program studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Flores

e-mail: herlinbupu@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh media sosial *facebook* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores Ende. (2) Minat beli *online* mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores Ende.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; (1) kuesioner dan (2) dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan analisis data statistik dengan rumus regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Adanya pengaruh signifikan media sosial *facebook* sebagai media pembelian *online* mahasiswa Pendidikan Ekonomi saat ini. Hasil perhitungan secara deskriptif kuantitatif menunjukkan bahwa 16 orang responden terdapat 13 responden atau sebanyak 81,25 % responden menunjukkan bahwa ada pengaruh media sosial *facebook* terhadap minat beli *online* mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores Ende. Hasil penelitian dapat dilihat dari hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) pada *Adjusted R square* yaitu sebesar 0,772 hal ini berarti 77,2 % variabel terikat yaitu minat beli *online* dapat dijelaskan oleh variabel media sosial *facebook* sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel (100% - 77,2 % = 22,8 %) dijelaskan oleh variabel diluar penelitian. (2) Adanya pengaruh signifikan antara minat beli *online* dengan media sosial *facebook* yang ada pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. Dengan hasil menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 7,198 > t_{tabel} 2,14479, dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, dengan perhitungan regresi sederhana $Y = 3,942 + 1,535X$.

Dengan demikian disarankan kepada pihak-pihak sebagai berikut : (1) Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian pengaruh media sosial *facebook* terhadap minat beli *online* di masa yang akan datang, perlu lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan minat beli *online* mahasiswa terhadap penggunaan media sosial *facebook*, meningkatkan variabel lain, dan menggunakan lebih banyak responden untuk berpartisipasi dalam melakukan penelitian. (2) Bagi Prodi Pendidikan Ekonomi, hasil penelitian ini diharapkan memberi acuan dan pengalaman bagi para pendidik dalam penggunaan media sosial *facebook* sebagai media berbelanja *online*.

Kata Kunci: Media Sosial *Facebook*, Minat Beli *Online* Mahasiswa

ABSTRAC

The Influence of Facebook Social Media on Online Purchasing Interest of Economics Education Students, Faculty of Teacher Training and Education, University of Flores Ende.

Herlina Bupu

Economic Education study program, FKIP, Flores University

e-mail: herlinbupu@gmail.com

Facebook of Economic Education students, Faculty of Teacher Training and Education, University of Flores Ende. (2) Interest in buying online from Economic Education students at the Faculty of Teacher Training and Education, Flores Ende University.

The type of research used in this research is quantitative. The data collection techniques used in this research are; (1) questionnaire and (2) documentation. The data analysis technique used is statistical data analysis with a simple linear regression formula.

The results of this research show that (1) There is a significant influence of Facebook social media as a medium for online purchasing for current Economics Education students. The results of quantitative descriptive calculations showed that 13 respondents or 81.25% of respondents showed that there was an influence of Facebook social media on online buying interest of students in the Economic Education Study Program at Flores Ende University. The results of the research can be seen from the results of calculating the coefficient of determination (R²) on Adjusted R square, namely 0.772, this means that 77.2% of the dependent variable, namely interest in buying online, can be explained by the social media variable Facebook, while the remainder can be explained by the variable (100% - 77.2% = 22.8%) is explained by variables outside the research. (2) There is a significant influence between interest in buying online and the social media Facebook on economic education study program students. The results show that tcount is 7.198 > ttable 2.14479, and the significant value is 0.000 < 0.05, with simple regression calculations $Y = 3.942 + 1.535X$.

Thus, it is recommended to the following parties: (1) For researchers who will conduct research on the influence of Facebook social media on online buying interest in the future, they need to pay more attention to other factors that can increase students' online buying interest in using the media. Facebook social, increasing other variables, and using more respondents to participate in conducting research. (2) For the Economic Education Study Program, it is hoped that the results of this research will provide a reference and experience for educators in using the social media Facebook as a medium for online shopping.

Keywords: Facebook Social Media, Students' Interest in Buying Online

HALAMAN PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah ini

Nama : Herlina Bupu
Nim : 2018211096
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 plagiasinyadan tidak memiliki tingkat kemiripan diatas 20% sehingga dinyatakan layak.

Ende, Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan

Herlina Bupu
2018211096

MOTTO

“Kesabaran menghasilkan kesuksesan, Do’a memberikan kekuatan menapaki jalan yang penuh duri tajam, Ketekunan mengakiri segala penantian panjang”

(Herlina Bupu)

PERSEMBAHAN

Kegagalan bukanlah hal yang harus di sesali. Bangkit berdiri dan menyelesaikan apa yang di impikan adalah hal yang luar biasa. Dengan rasa haru dan bangga skripsi ini dengan tulus hati saya persembahkan kepada:

1. Dia yang Maha Penyayang, Maha Pembimbing, dan Maha Kuasa yang telah banyak memberikan karunia dan Rahmat serta pertolongan
2. Bapak Yohanes Rani dan Mama Agnes Moa Bupu yang melahirkan, membesarkan dan sebagai pahlawan hidup yang tidak pernah lelah mendidik, serta memberikan motivasi dan membiayai kuliah hingga memperoleh gelar sarjana.
3. Suamiku tercinta Fransiskus Rasi yang selalu mendukung dan membantu membiayai kulia. Anak-anak tercinta Denilson David Alves Rani, Djunior Patrick Alvares K. Bupu, Maria Alvania Sandra Moa, Quinby Aprilia Alvira Rawi. Yang menjadi sumber motivasi untuk terus berjuang dan menyelesaikan kuliah.
4. Kakak-kakak ku tercinta Andreas Nono, Gaudensia Bhebe Rani, Adik Fabianus Yohanes Lebho Rani, Thobias Salo Ghado rani. Yang selalu mendukung dan menjadi tempat untuk bercerita, berkeluh kesah selama proses kuliah.
5. Keluarga besar Sa'o Meo Bhubu dan Keluarga besar Sa'o Bu;e Wio
6. Ibu Agreziana Nuwa, Ibu Mhatilda Dhiu, Sahabat Anastasia Jedia yang dengan caranya mereka masing-masing membantu peneliti menyelesaikan tulisan.
8. Almamaterku Universitas Flores Ende
9. Agama, Bangsa dan Negara

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan perliidungan-Nya sehingga penulis skripsi yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial *Facebook* Terhadap Minat Beli *Online* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Flores Ende”** ini telah selesai sesuai apa yang diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menambah wawasan para pembaca.

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

1. Rektor dan para Wakil Rektor Universitas Flores
2. Dekan dan para Wakil Dekan FKIP Universitas Flores
3. Drs. Yosef Moan Banda, M. Pd. selaku pembimbing 1 dan Bapak Stefanus H.G. Ma, SE.,M.Ec.Dev selaku pembimbing II yang telah mengorbankan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing, memotivasi hingga rampungnya skripsi ini.
4. Ketua Program Studi dan Sekertaris Program Studi, bapak ibu dosen, staf administratif Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang telah memberikan layanan terhadap penulis selama melaksanakan perkuliahan di Program Studi Pendidikan Ekonomi.

5. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
6. Adik-adik Mahasiswa semester II, IV, VI yang membantu peneliti dalam mengambil data selama penelitian pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores Ende.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materi selama penulis studi di Universitas Flores.

Semoga semua kebaikan dari berbagai pihak mendapat rahmat dan berkat dari Yang Maha Kuasa. Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari hati ikhlas penulis membutuhkan saran serta masukan dari semua pihak demi penyempurnaan skripsi ini.

Ende, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Peneltian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori	9
2.1.1 Pengertian Media Sosial	9
2.1.2 Jenis-Jenis Media Sosial	13
2.1.3 Kelebihan Menggunakan Media Sosial	14
2.1.4 Kekurangan Menggunakan Media Sosial	15
2.1.5 Media Sosial <i>Facebook</i>	15
2.1.6 Indikator Media Sosial <i>Facebook</i>	18
2.1.7 Minat Beli.....	18

2.1.8 Aspek-Aspek Minat Beli.....	21
2.1.9 Indikator Minat Beli.....	22
2.2 Kajian Penenltian Relavan	22
2.3 Kerangka Berpikir	24
2.4 Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	27
3.3 Jenis dan Sumber Data	28
3.4 Rancangan Penelitian	28
3.5 Definisi Operasional Variabel	29
3.6 Populasi dan Sampel Penelitan	30
3.7 Instrumen Penelitian	31
3.8 Teknik Pengumpulan Data	32
3.9 Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Data	40
4.1.1 Sejarah Berdirinya Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Flores Ende	40
4.1.2 Visi dan Misi Program Studi Pendidikan Ekonomi	40
4.1.3 Data Dosen dan Pegawai.....	41
4.1.4 Data Mahasiswa	42
4.1.5 Sarana dan Prasarana Program Studi Pendidikan Ekonomi.....	43
4.1.6 Struktur Organisasi	44

4.1.7 Karakteristik Responden	45
4.2 Uji Instrumen Penelitian	46
4.2.1 Uji Validitas	46
4.2.2 Uji Reliabilitas	48
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.1 Uji Normalitas.....	49
4.3.2 Uji Linearitas.....	50
4.4 Pengujian Hipotesis.....	51
4.4.1 Analisis Regresi Linear.....	51
4.4.2 Uji Statistik t	52
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	53
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.5.1 Pengaruh Media Sosial <i>Facebook</i> Terhadap Minat Beli <i>Online</i> Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Flores Ende.....	54
4.5.2 Minat Beli <i>Online</i> Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Flores Ende	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Pedoman Observasi	32
Tabel 3.3 Kisi-kisi Pedoman Kuesioner	33
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Pedoman Dokumentasi	34
Tabel 4.1 Data Dosen dan Pegawai Pendidikan Ekonomi.....	42
Tabel 4.2 Data Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Tahun Akademik 2022/2023 Berdasarkan Semester	42
Tabel 4.3 Data Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Tahun Akademik 2023/2024 Berdasarkan Semester	43
Tabel 4.4 Sarana Dan Prasarana.....	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	50
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Sederhana	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik t.....	53
Tabel 4.12 Analisis Koefisien Determinan (R ²)	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Berpikir	26
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Program Studi Pendidikan Ekonomi	44