

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN SHOPPE 11.11
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI



OLEH :

**LUTFI APRILIA
NIM. 1710521032**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JUNI 2021**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN SHOPPE 11.11
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

Lutfi Aprilia

NIM. 1710521032

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JUNI 2021**



PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT serta dukungan moral maupun moril dari orang-orang terkasih, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa penuh bangga dan bahagia saya sampaikan rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Pertama, kepada Allah SWT, karena atas izin dan karuniaNya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai waktunya. Puji syukur kepada Allah SWT telah mengabulkan doa-doa hingga saat ini dan telah memberikan kejutan-kejutan yang tak terhitung oleh hambanya.
2. Kedua, kepada kedua orang tuaku tercinta Ibuku Fitriyani dan Papa Karim yang telah memberikan dukungan moril dan juga materi serta doa yang tidak hentinya dipanjatkan untuk anak pertama ini. Karena berkat doa dan suport mereka lah yang mengantarkan saya di titik saat ini.
3. Ketiga, untuk nenek kakek dari Ibu Ibu Marikati, dan Toyib. Tak lupa nenek Ibu Mardiyah dan Budhe Ika Yuliani. Atas doa dan dukungannya sehingga saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Keempat, kepada dosen pembimbing saya Ibu Dr. Juariyah M.Si, yang telah membimbing saya dengan sabar, selalu memberikan motivasi-motivasi dan masukan-masukan dalam skripsi ini hingga saya semangat menjalankannya. Terima kasih telah mengantarkan saya untuk mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi.
5. Kelima, terima kasih atas didikannya kepada guru-guruku dari TK sampai MA serta bapak ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Keenam, Almamterku terkasih yang mengantarkanku mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi.
7. Ketujuh, untuk Adik – adik tercintaku Adik Verry, Resha serta adikku Akmal yang sudah memberikan seluruh semangat untuk kakak mu.
8. Terima kasih kepada Mama Fifin dan Papa Bams yang sudah menjadi keluarga saya, terimakasih telah memberi semangat maupun motivasi yang sangat berguna dan bermanfaat.

9. Kesembilan, teruntuk SAHABATKU Nurhayati Megayani yang saat ini juga berjuang bersama-sama. Terimakasih telah memberikan arahan, dukungan, semangat dan motivasi yang membuat saya bisa menyelesaikan penelitian ini.
10. Kesepuluh, untuk teman-teman seperjuangan IK 17 yang telah memberikan semangat satu sama lain hingga sampai disini.



MOTTO

“Man Jadda Wa Jadda”

Barang siapa yang bersungguh - sungguh akan mendapatkannya

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik”

(HR. Thabrani)

“ Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak memanfaatkannya menggunakan untuk memotong, ia akan memotongmu (menggilasmu)”

(H.R. Muslim)



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lutfi Aprilia
NIM : 1710521032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 5 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Lutfi Aprilia
NIM.1710521032

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul: **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN SHOPEE 11.11 TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER.**

Oleh:

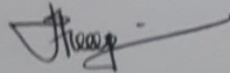
Lutfi Aprilla

NIM 1710521032

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji

Jember, 5 Juli 2021

Pembimbing I



Dr. Juariyah M.Si.
NIP: 196708061993032002

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

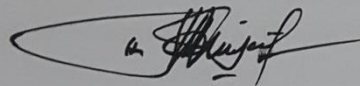
Skripsi oleh Lutfi Aprilia, NIM: 1710521032 ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

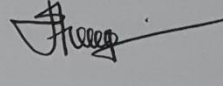
Tanggal : 15 Juni 2021

Tempat : Ruang Ujian / Lab. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember

Ketua, Tim Penguji: Sekretaris,

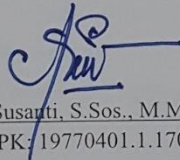


Suyono, S.H., M.Ikom
NPK: 15 03 647



Dr. Juariyah, M.Si
NIP. 196708061993032002

Anggota,



Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom
NPK: 19770401.1.1703807

Mengetahui:
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,




Dr. Juariyah, M.Si
NIP: 196708061993032002

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lutfi Aprilia
NIM : 1710521032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENGARUH DAYA TARIK IKLAN SHOPEE 11.11 TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jember

Pada tanggal : 5 Juli 2021

Yang menyatakan,



Lutfi Aprilia
NIM.1710521032

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah swt. yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “PENGARUH DAYA TARIK IKLAN SHOPEE 11.11 TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER” yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa tiada manusia yang sempurna di dunia ini karena itu pasti mempunyai kekurangan-kekurangan. Penulis tak lepas dari kekurangan itu, sehingga apa yang tertulis dalam skripsi ini adalah masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, merupakan kebanggaan bagi penulis apabila ada kritik maupun saran-saran yang baik merupakan bekal untuk melangkah kejalan yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Juariyah M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember serta selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sudahri S.Sos., M.I.Kom, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak/Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Semua teman – teman Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
5. Semua pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Semoga Allah s.w.t. memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa-jasa, kebaikan- kebaikan serta bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada penyusun.

Akhirul kalam penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 5 Juli 2021

Penulis

ABSTRAK

Aprilia, Lutfi, 2021. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Shopee 11.11 Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Dr. Juariyah M.Si.

Kata Kunci : *Daya Tarik Iklan, Shopee, komunikasi, Minat Beli.*

Penelitian ini berjudul Pengaruh Daya Tarik Iklan Shopee 11.11 terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh daya tarik pesan pada iklan shopee 11.11 terhadap minat beli mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dan mengetahui pengaruh daya tarik iklan shopee 11.11 terhadap tingkat minat beli mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan survei online yang disebar ke seluruh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember melalui *Google-Form* sebanyak 99 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa daya tarik iklan shopee 11.11 memiliki pengaruh terhadap minat beli mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Hasil penelitian tersebut didapatkan dengan menggunakan beberapa uji, yaitu uji instrumen data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Uji instrumen data menunjukkan bahwa kuesioner yang disiapkan oleh peneliti layak dijadikan sumber data. Hasil uji asumsi klasik dilakukan sebagai syarat untuk uji hipotesis. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji statistik T menghasilkan "H1 diterima dan H0 ditolak", yang artinya secara parsial daya tarik iklan shopee 11.11 berpengaruh positif terhadap minat beli mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. T_{hitung} positif, semakin baik daya tarik iklan shopee 11.11, maka akan meningkatkan minat beli. Hasil tersebut didapat setelah membaca data variabel daya tarik iklan shopee (X) memiliki nilai $t_{hitung} 6,560 >$ nilai $t_{tabel} 1,995$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$.

ABSTRACT

Aprilia, Lutfi, 2021. *The Effect of Shopee 11.11 Advertising Attraction on The Buying Interest of Students of Muhammadiyah University of Jember*. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Muhammadiyah University of Jember. Advisor: Dr. Juariyah M.Si.

Keywords: *Advertising Appeal, Shopee, communication, Buying Interests.*

This research is titled The Effect of Shopee Ad Attraction 11.11 on The Buying Interest of Students of Muhammadiyah University of Jember. The purpose of this study is to know the influence of the attractiveness of the message on shopee 11.11 ads on the buying interest of students of Muhammadiyah University of Jember and to know the influence of the appeal of shopee 11.11 ads on the level of buying interest of students of Muhammadiyah University of Jember. In this study using descriptive quantitative approach, by collecting data using questionnaires or questionnaires. The data collection method was conducted using an online survey that was distributed to all Students of Muhammadiyah University of Jember through Google-Form as many as 99 respondents. Based on the results of this study, researchers can conclude that the attractiveness of shopee 11.11 ads has an influence on the buying interests of students of Muhammadiyah University of Jember. The results of the study were obtained using several tests, namely data instrument tests, classical assumption tests and hypothesis tests. Data instrument tests show that questionnaires prepared by researchers are worthy of being a data source. Classic assumption test results are performed as a condition for hypothesis testing. The results of the hypothetical test using the T statistical test resulted in "H1 accepted and H0 rejected", which means that partially the attractiveness of shopee 11.11 ads positively influenced the buying interests of muhammadiyah university students in Jember. Thitung positive, the better the appeal of shopee ad 11.11, it will increase the buying interest. The results were obtained after reading the shopee ad attraction variable data (X) has a thitung value of 6,560 > a value of 1,995 and signification of 0.001 < 0.05.

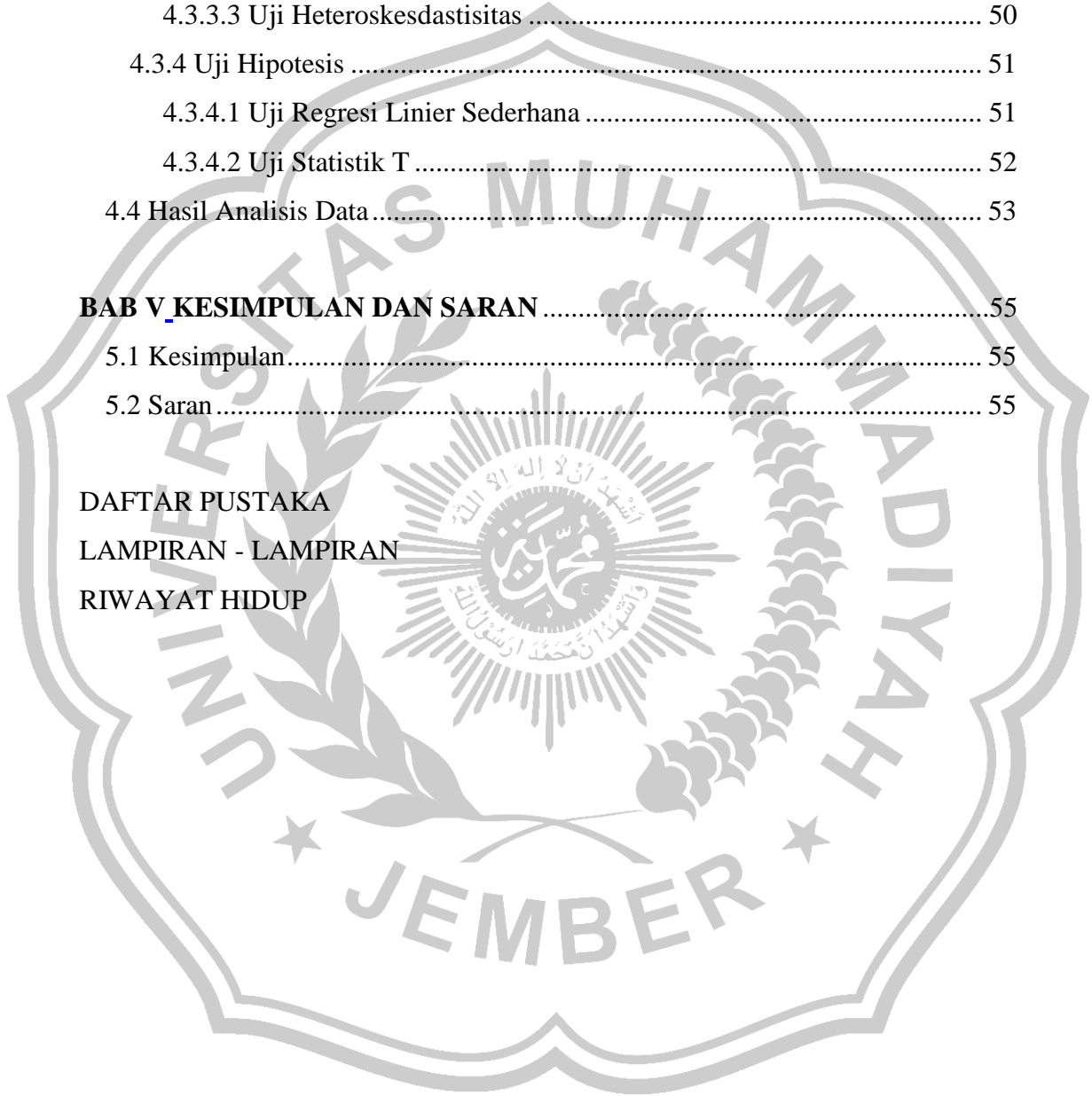
JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	i
PERSEMBAHAN	iiii
MOTTO	vv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	viii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viiviii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Hipotesis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Komunikasi Massa	8
2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa	9
2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa	11
2.2.3 Etika Komunikasi Massa	12
2.3 Media Massa.....	14

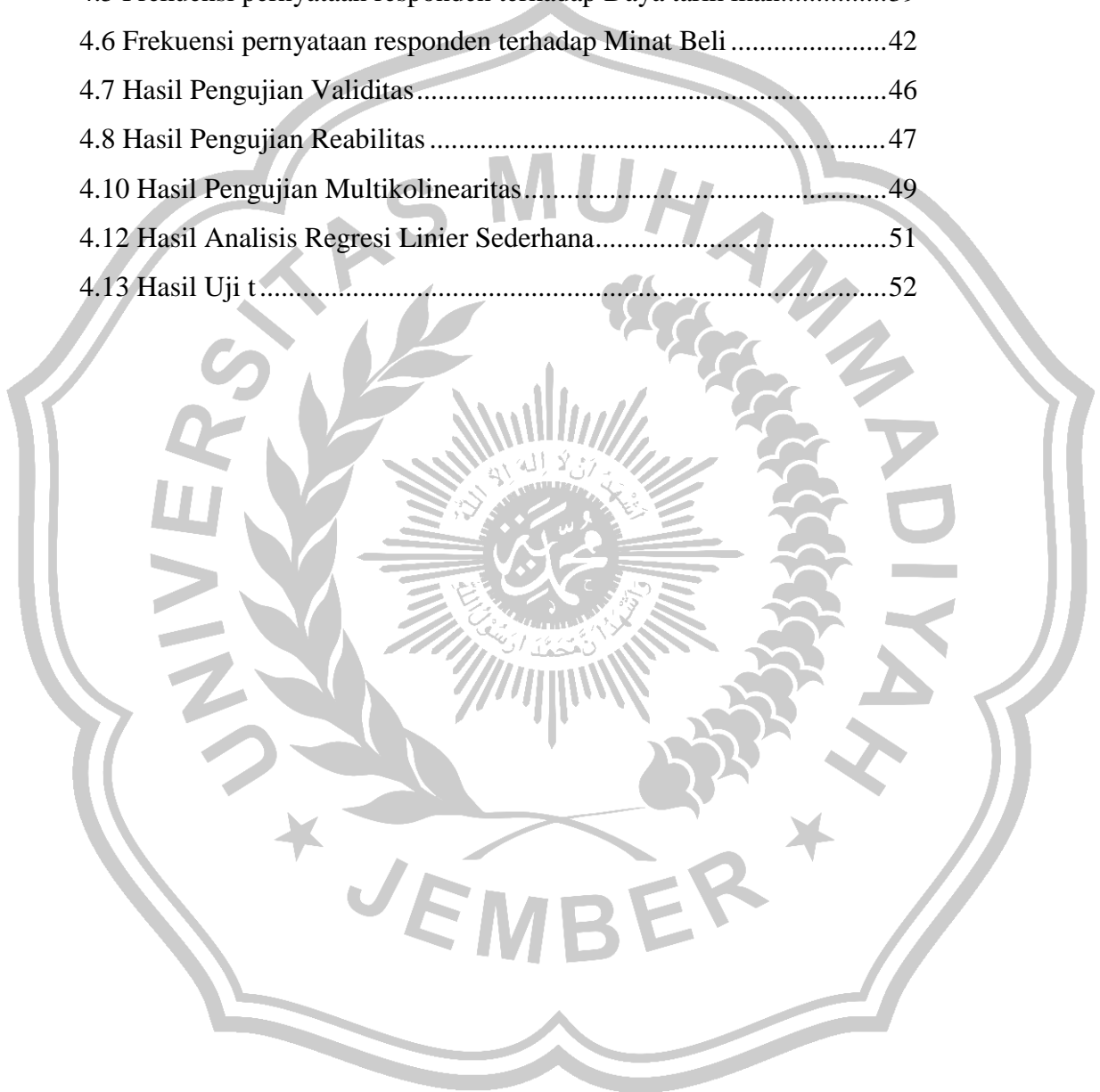
2.4 Definisi Iklan.....	15
2.5 Daya Tarik Iklan.....	16
2.6 Minat Beli.....	17
2.7 Teori S-O-R.....	18
2.8 Kerangka Konseptual	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Lokasi	23
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel Penelitian.....	24
3.4 Identifikasi Variabel.....	24
3.5 Definisi Oprasional Variabel.....	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.7 Metode Analisis Data	26
3.7.1 Tabel Tunggal.....	27
3.7.2 Uji Instrumen Data.....	27
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.7.4 Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Lokasi	33
4.1.1 Sejarah Universitas Muhammadiyah Jember.....	33
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan.....	34
4.2.1 Sejarah Shoppe.....	34
4.2 Karakterisrik Responden.....	36
4.3 Hasil Penelitian.....	39
4.3.1 Deskripsi Variabel	39
4.3.1.1 Data Jawaban terhadap Variabel Daya Tarik Iklan.....	39
4.3.1.2 Data Jawaban terhadap Variabel Minat Beli.....	43
4.3.2 Uji Instrumen Data.....	46

4.3.2.1 Uji Validasi	46
4.3.2.2 Uji Reabilitas.....	48
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
4.3.3.1 Uji Normalitas	48
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	49
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	50
4.3.4 Uji Hipotesis	51
4.3.4.1 Uji Regresi Linier Sederhana	51
4.3.4.2 Uji Statistik T	52
4.4 Hasil Analisis Data.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN - LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



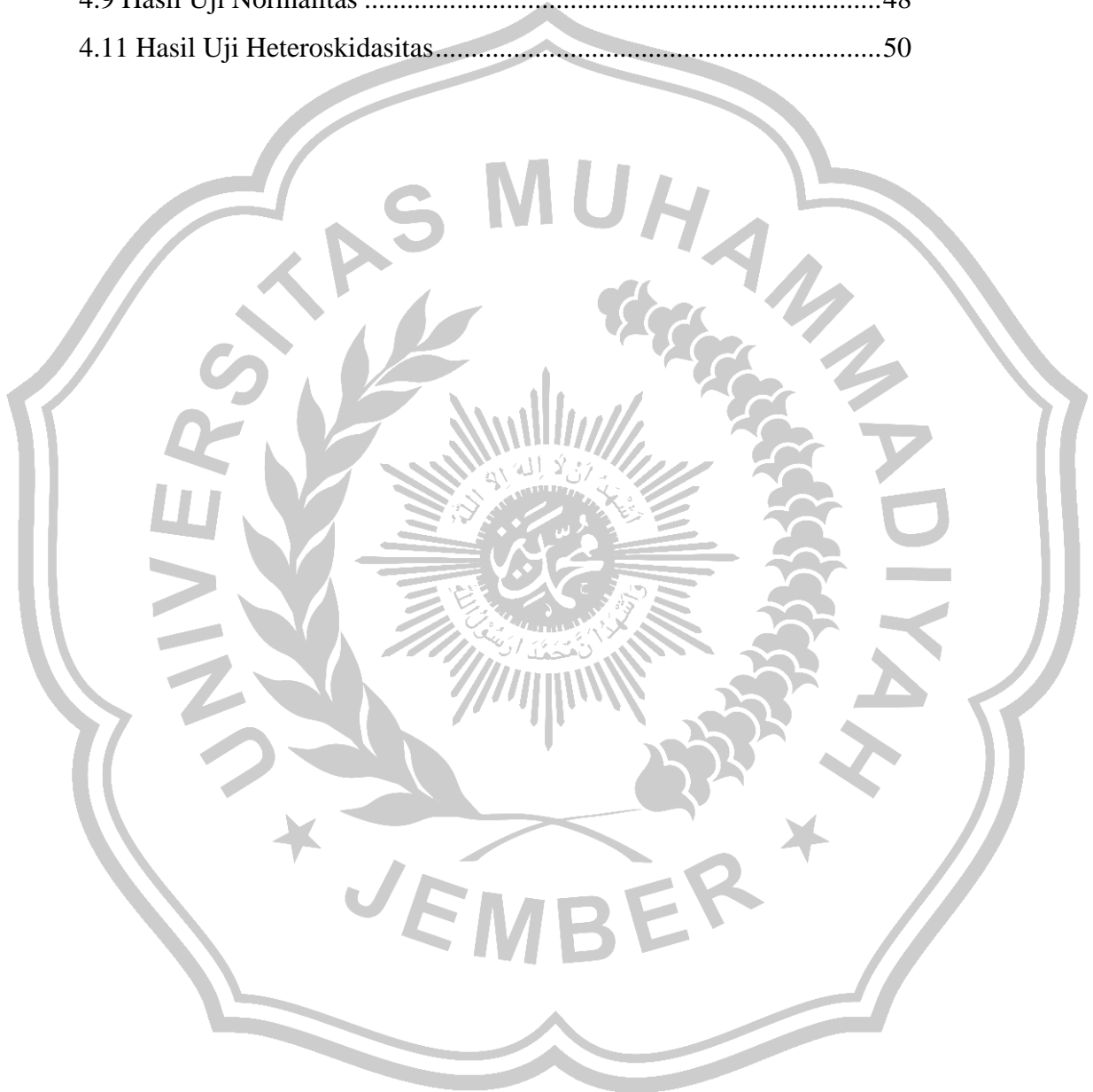
DAFTAR TABEL

4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	36
4.3 Responden Menurut Usia.....	37
4.4 Responden Menurut Kepemilikan Aplikasi Shopee	38
4.5 Frekuensi pernyataan responden terhadap Daya tarik ikan.....	39
4.6 Frekuensi pernyataan responden terhadap Minat Beli	42
4.7 Hasil Pengujian Validitas	46
4.8 Hasil Pengujian Reabilitas	47
4.10 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	49
4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	51
4.13 Hasil Uji t	52



DAFTAR GAMBAR

1.1 Peta Persaingan E-commerce Indonesia pada Kuartal II 2020	2
1.2 Cuplikan Iklan Shopee 11.11 Big Sale	4
4.1 Logo Shopee	34
4.9 Hasil Uji Normalitas	48
4.11 Hasil Uji Heteroskidasitas.....	50



DAFTAR BAGAN

2.1 Bagan Teori S-O-R	20
2.2 Bagan Kerangka Konseptual.....	21

