

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) yang diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Maulana Hasanuddin Banten tidak memuat karya atau bagain karya orang lain kecuali bagian yang disebutkan dalam kutipan sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebut kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya tulis ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 17 Maret 2020

Winda Pratiwi
NIM: 161410040

ABSTRAK

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI PADA *MARKETPLACE* SHOPEE

(Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan
2016 yang Merupakan Konsumen *Marketplace* Shopee)

Winda Pratiwi
NIM: 161410040

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tarik iklan dan kemudahan bertransaksi di kalangan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2016. Populasi penelitian adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2016. Sampel penelitian berjumlah 75 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Proportionate Purposive Random Sampling* yang merupakan gabungan dari metode *Proportionate*, *Purposive*, dan *Random*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1) Bagaimana pengaruh daya tarik iklan secara parsial terhadap minat beli?. 2) Bagaimana pengaruh kemudahan bertransaksi secara parsial terhadap minat beli?. 3) Bagaimana pengaruh daya tarik iklan dan kemudahan bertransaksi secara simultan terhadap minat beli?.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli di *Marketplace* Shopee secara parsial. 2) Untuk menganalisis pengaruh daya tarik iklan terhadap minat beli di *Marketplace* Shopee secara parsial. 3) Untuk menganalisis pengaruh daya tarik iklan dan kemudahan bertransaksi terhadap minat beli di *Marketplace* Shopee secara simultan. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dengan cara penyebaran kuesioner. Bentuk kuesioner menggunakan skala *Likert* untuk mengetahui tanggapan responden yang kemudian dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial untuk variabel daya tarik iklan menghasilkan t-hitung 4,698 dan t-tabel 1,993 dengan nilai *sig.* yang diperoleh 0,000 dengan taraf signifikansi 0,05. Karena t-hitung > t-tabel dan nilai *sig.* < taraf signifikansi maka H₁ diterima. Untuk variabel kemudahan bertransaksi menghasilkan t-hitung 3,938 dan t-tabel 1,993 dengan nilai dengan nilai *sig.* yang diperoleh 0,000 dengan taraf signifikansi 0,05. Karena t-hitung > t-tabel dan nilai *sig.* < taraf signifikansi maka H₂ diterima. Kesimpulannya, daya tarik iklan dan kemudahan bertransaksi masing-masing berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Daya tarik iklan, kemudahan bertransaksi, minat beli, Shopee



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANAN HASANUDDIN BANTEN**
Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. (0254) 2003323 Fax.
(0254) 200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Ekonomi
Hal : **Usulan Munaqasyah
a.n. Winda Pratiwi
NIM. 161410040**

Kepada Yth.
**Dekan Fakultas
dan Bisnis Islam
UIN SMH Banten**
di -
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara Winda Pratiwi, NIM. 161410040 dengan judul Skripsi “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Beli di *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2016 yang Merupakan Konsumen *Marketplace* Shopee)” diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan Skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 17 Maret 2020

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. M. A. Tihami, M.A., M.M

Dr. H. Syaeful Bahri, S. Ag., M.M.

NIP.19510815 198103 1 004

NIP. 19670924 198903 1 001

PERSETUJUAN

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP MINAT BELI DI *MARKETPLACE* SHOPEE

(Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana
Hasanuddin Banten Angkatan 2016 yang Merupakan Konsumen
Marketplace Shopee)

Oleh :

Winda Pratiwi
NIM: 161410040

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. M. A. Tihami, M.A., M.M

NIP. NIP.19510815 198103 1 004

Dr. H. Syaeful Bahri, S. Ag., M.M.

NIP. 19670924 198903 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan Ekonomi
Syariah

Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si

NIP.19640212199103 2 003

Hj. Mukhlisotul Jannah, S.E., M.M., M.Ak.

NIP. 19740822200501 2 003

PENGESAHAN

Skripsi a.n. Winda Pratiwi NIM: 161410004 yang berjudul: “**Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Beli di *Marketplace* Shopee** (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2016 yang Merupakan Konsumen *Marketplace* Shopee)” telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 15 Juni 2020. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota

Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si

NIP. 19640212 199103 2 003

Surahman, M.E

NIP. 19810911 201503 1 003

Anggota-Anggota,

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Itang, M.Ag.

NIP. 19710804 199803 1 003

Mochamad Indrajit Roy, M.M.

NIP. 19801129 201503 1 001

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. M. A. Tihami, M.A., M.M

NIP.19630225199003 1 005

Dr. H. Syaeful Bahri, S. Ag., M.M.

NIP. 19670924 198903 1 001

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan kepada Allah SWT. saya persembahkan skripsi ini untuk:

- *Kedua orang tua saya (Bapak Tato Suprpto dan Mamah Ine Indriyani) yang selalu mendukung, mendoakan, dan menguatkan saya dengan curahan kasih sayangnya hingga saat ini.*
- *Kakak-kakak saya (Indah Larasaty, Galang Permana, dan Dindin Suniwiratna) serta keponakan-keponakan saya (Aqeeela Dinnda Qaireen dan Uwaís Dinnda Ibrahim) yang saya sayangi.*
- *Diri saya sendiri yang telah menyelesaikan skripsi ini .*
- *Teman-teman Ekonomi Syariah B 2016 khususnya sahabat-sahabat saya (Aura, Chanda, Ridha, Eka, Mufliyah, Dewi, Yulis, dan Maya (Alm)) yang sudah memberikan pengalaman, memori, dan cerita indah dalam hidup saya.*

MOTTO

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*“...dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan
riba....”*

(Q.S. Al-Baqarah [2] : 275)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Winda Pratiwi dilahirkan di Serang pada tanggal 26 Mei 1998. Penulis adalah anak bungsu dari dua bersaudara, terlahir dari pasangan suami istri Bapak Tato Suprpto dan Ibu Ine Indriyani.

Adapun pendidikan formal yang sudah peneliti tempuh yaitu SD Negeri Ciceri Indah Serang yang lulus pada tahun 2010, kemudian SMP Negeri 4 Kota Serang yang lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan ke SMK Negeri 1 Kota Serang yang lulus pada tahun 2016, dan kemudian penulis melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama menjadi mahasiswi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti organisasi eksternal kampus Paduan Suara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bernama Dwani Kartika. Selama dua tahun aktif bergabung menjadi anggota organisasi, penulis pernah diberikan kesempatan untuk menjadi perwakilan pada acara rutin tahunan Jambore Seniman Banten pada tahun 2016 di Anyer.

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Alhamdulillah atas izin Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Beli di *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Angkatan 2016 yang Merupakan Konsumen *Marketplace* Shopee)”

Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Fauzul Iman, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M. Ak., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.

4. Bapak Prof. Dr. H. M. A. Tihami, M.A., M.M., selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. H. Syaeful Bahri, S. Ag., MM., selaku selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Seluruh dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Kepada rekan-rekan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. sehingga peoleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan tulisan ini. Harapan penulis, semoga tulisan ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 17 Maret 2020

Winda Pratiwi
NIM. 161410040

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	18
C. Batasan Masalah	18
D. Perumusan Masalah	19
E. Tujuan Penelitian	20
F. Manfaat Penelitian	20
G. Penelitian Terdahulu	21
H. Kerangka Pemikiran.....	28
I. Hipotesis	30
J. Metode Penelitian	31
K. Sistematika Pembahasan	31
BAB II KAJIAN TEORITIS	33
A. Paparan Teori	33
1. Pemasaran	33
a. Pengertian Pemasaran	33
b. Konsep Pemasaran dalam Islam	35
2. Promosi	38
a. Pengertian Promosi.....	38
b. Tujuan Promosi.....	39

c.	Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	41
3.	Periklanan	43
a.	Pengertian Periklanan.....	43
b.	Tujuan Periklanan	46
c.	Dimensi Periklanan	48
d.	Tipe Periklanan	50
e.	Media Periklanan	51
4.	Daya Tarik Iklan	54
a.	Pengertian Daya Tarik Iklan	54
b.	Jenis-Jenis Daya Tarik Iklan	58
5.	Kemudahan Bertransaksi	58
a.	Transaksi Jual Beli Online	58
b.	Mekanisme Pembayaran Online	60
c.	Persepsi Kemudahan	63
6.	Minat Beli	65
a.	Pengertian Minat Beli	65
b.	Indikator Minat Beli	65
B.	Hubungan Antar Variabel	70
1)	Hubungan Antara Daya Tarik Iklan dengan Minat Beli.....	70
2)	Hubungan Antara Kemudahan Bertransaksi dengan Minat Beli	72
C.	Hipotesis	72
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	75
A.	Waktu dan Tempat Penelitian	75
B.	Populasi dan Sampel	75

C.	Operasional Variabel Penelitian	77
D.	Instrumen Penelitian	78
E.	Jenis Metode Penelitian	81
F.	Jenis dan Sumber Data	82
G.	Teknik Pengumpulan Data	83
H.	Teknik Analisis Data	84
1.	Analisis Uji Instrumen.....	84
2.	Uji Asumsi Klasik	86
3.	Regresi Linier Berganda.....	91
4.	Uji Hipotesis	95
BAB IV	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	97
A.	Gambaran Umum Subjek Penelitian	97
B.	Hasil Penelitian.....	98
1.	Hasil Penelitian Deskriptif Penelitian	98
2.	Hasil Analisis Profil Responden	98
3.	Hasil Analisis Deskriptif Variabel.....	102
2.	Hasil Analisis Profil Responden	105
C.	Hasil Uji Instrumen	109
1.	Uji Validitas.....	109
2.	Uji Reabilitas	113
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik	113
1.	Uji Normalitas	113
2.	Uji Linearitas	114
3.	Uji Heteroskedastisitas	115
4.	Uji Multikolinearitas.....	117
5.	Uji Autokorelasi	118

E.	Hasil Regresi Linier Berganda	120
F.	Hasil Uji Hipotesis	122
a.	Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	122
b.	Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	123
c.	Koefisien Determinasi.....	124
d.	Koefisien Korelasi.....	124
G.	Pembahasan.....	129
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	134
A.	Kesimpulan	134
B.	Saran	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	Top Brand Index Situs Jual Beli Online Tahun 2019	13
TABEL 1.2	Penelitian Terdahulu	15
TABEL 2.1	Dimensi Periklanan	21
TABEL 2.2	Media Periklanan Beserta Kelebihan dan Kekurangannya	49
TABEL 3.1	Skala <i>Likert</i>	79
TABEL 3.2	Kisi-Kisi Instrumen	80
TABEL 3.3	Pedoman Koefisien Korelasi	96
TABEL 4.1	Tanggapan Mengenai Daya Tarik Iklan (X1)	103
TABEL 4.2	Tanggapan Mengenai Kemudahan Bertransaksi (X2)	105
TABEL 4.3	Tanggapan Mengenai Minat Beli (Y)	107
TABEL 4.4	Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan (X1)	110
TABEL 4.5	Hasil Uji Validitas Kemudahan Bertransaksi (X2)	111
TABEL 4.6	Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)	112
TABEL 4.7	Hasil Uji Reabilitas Instrumen	113
TABEL 4.8	Hasil Uji Normalitas	115
TABEL 4.9	Hasil Uji Linearitas	116
TABEL 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	118
TABEL 4.11	Hasil Uji Autokorelasi	119
TABEL 4.12	Hasil Uji Linier Berganda	120
TABEL 4.13	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	122
TABEL 4.14	Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	124
TABEL 4.15	Hasil Koefisien Determinasi	125
TABEL 4.16	Hasil Koefisien Korelasi	126

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2017-2023	5
GAMBAR 3.1	Daerah Durbin Watson	90
GAMBAR 4.1	Jenis Kelamin Responden	100
GAMBAR 4.2	Kelas Responden	101
GAMBAR 4.3	Hasil Uji Normalitas	114
GAMBAR 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	117