

**“EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN SHOPEE TERHADAP
MINAT BELI MELALUI KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA MAHASISWA FEBI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021-2023”**

SKRIPSI

Di Ajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



NIM : 2008204003

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

IAIN SYEKH NURJATI CIREBON

1444 H /2024 M

ABSTRAK

Siti Nuraenun. NIM: 2008204003 “EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN SHOPEE TERHADAP MINAT BELI MELALUI KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA FEBI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON TAHUN 2021-2023”., 2024.

Shopee adalah situs e-commerce terbesar, perllengkapan, dan termurah di Indonesia yang memungkinkan penjual dan pembeli bertransaksi secara online. kualitas produk sebagai kegiatan yang melibatkan pertukaran informasi tentang barang dan jasa. Minat beli adalah untuk memprediksi suatu tindakan menilai minat beli termasuk ketertarikan pada produk, keinginan untuk membeli, dan proses memilih produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh komunikasi pemasaran, minat beli, dan kualitas produk sebagai variabel mediasi pada mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi 2.398 mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan teknik sampling jenuh yang digunakan adalah rumus taro yamane diperoleh sampel sebanyak 95 mahasiswa dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisioner. Analisis data meliputi uji kualitas instrument penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji sobel. Dengan menggunakan IBM SPSS 25.

Berdasarkan hasil penelitian, hasil uji t variabel komunikasi pemasaran (X1), minat beli (M), minat beli (Y). secara parsial tidak berpengaruh dan berpengaruh secara simultan terhadap variabel (Y) minat beli. Hasil uji F menunjukkan hasil perhitungan nilai Fhitung $5.540 > Ftabel 3.09$ dan sig $0,021 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa mempunyai pengaruh positif signifikansi H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh presentase sebesar 0,56%, artinya ada pengaruh variabel (X1) komunikasi pemasaran, kualitas produk (M), minat beli (Y).

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran, kualitas produk, minat beli.

ABSTRACT

Siti Nuraemun. NIM: 2008204003 'THE EFFECTIVENESS OF SHOPEE MARKETING COMMUNICATION ON PURCHASE INTENTION THROUGH PRODUCT QUALITY AS A MEDIATING VARIABLE FOR FEBI STUDENTS OF IAIN SYEKH NURJATI CIREBON IN 2021-2023', 2024.

Shopee is the largest, most complete, and cheapest e-commerce site in Indonesia that allows sellers and buyers to transact online. product quality as an activity that involves the exchange of information about goods and services. Purchase interest is to predict an action to assess purchase interest including interest in the product, desire to buy, and the process of choosing a product. This study aims to determine the analysis of the effect of marketing communication, purchase intention, and product quality as a mediating variable on FEBI IAIN Sheikh Nurjati Cirebon students.

This study uses quantitative methods with a population of 2,398 FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon students and saturated sampling technique used is taro yamane formula obtained a sample of 95 students in this study. The data collection technique used is to use a questionnaire. Data analysis includes research instrument quality test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing and sobel test. By using IBM SPSS 25.

Based on the results of the study, the results of the t test of marketing communication variables (X1), purchase intention (M), purchase intention (Y). partially has no effect and simultaneously has an effect on the purchase intention (Y).

الملخص

سيّتي نورينون **NIM: 2008204003** "فعالية الاتصالات التسويقية لـ **Shopee** على نية الشراء من خلال جودة المنتج كمتغير وسيط لطلاب جامعة فيبي في إيان سيكه نورجاتي سيريبون في 2021-2023"، 2024.

Shopee هو أكبر وأكمل وأرخص موقع للتجارة الإلكترونية في إندونيسيا يسمح للبائعين والمشتريين بالتعامل عبر الإنترنت. جودة المنتج كنشاط ينطوي على تبادل المعلومات حول السلع والخدمات. الاهتمام بالشراء هو التنبؤ بإجراء لتقييم الاهتمام بالشراء بما في ذلك الاهتمام بالمنتج والرغبة في الشراء وعملية اختيار المنتج. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تحليل تأثير الاتصالات التسويقية ونية الشراء وجودة المنتج كمتغير وسيط على طلاب معهد **FEBI IAIN** الشيخ نورجاتي سيريبون.

تستخدم هذه الدراسة الأساليب الكمية مع مجتمع مكون من 2,398 طالبًا من طلاب **FEBI IAIN** شيخ نورجاتي سيريبون وتقنية أخذ العينات المشبعة المستخدمة هي صيغة ياماني القلقاس التي تم الحصول على عينة من 95 طالبًا في هذه الدراسة. تقنية جمع البيانات المستخدمة هي استخدام استبيان. ويشمل تحليل البيانات اختبار جودة أداة البحث، واختبار الافتراض الكلاسيكي، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، واختبار الفرضيات واختبار سوبيل. باستخدام برنامج **IBM SPSS 25**.

استنادًا إلى نتائج الدراسة، فإن نتائج اختبار t لمتغيرات الاتصال التسويقي (**X1**)، ونية الشراء (**M**)، ونية الشراء (**Y**) ليس لها تأثير جزئيًا وفي نفس الوقت لها تأثير على نية الشراء (**Y**).

الكلمات البحث: الاتصالات التسويقية وجودة المنتج ونية الشراء

IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**“EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN SHOPEE TERHADAP
MINAT BELI MELALUI KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA MAHASISWA FEBI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2021-2023”**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Siti Nuraenun

2008204003

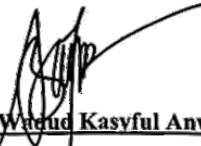
Pembimbing I



H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Pembimbing II



A.M Abdul Wahid Kasyful Anwar, M.Si

NIP. 19870827 201963 1 009

Mengetahui

~~Ketua Jurusan~~ **Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**



H. Achmad Gung Busthomi, Lc., M.Ag.

NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Siti Nuraenun, NIM: 2008204003 dengan judul: **“Efektivitas Komunikasi Pemasaran Shopee Terhadap Minat Beli Melalui Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021-2023”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I



H. Syaeful Bakhri, S.E.,M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Pembimbing II



A.M Abdul Wadud Kasyful Anwar, M.Si
NIP. 19870827 201903 1 009

Mengetahui



Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Efektivitas Komunikasi Pemasaran Shopee Terhadap Minat Beli Melalui Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021-2023" Oleh Siti Nuraenun, NIM: 2008204003, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon Pada Tanggal

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

Cirebon, Juni 2024

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang



H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 19731223 200701 1 022

Sekretaris Sidang

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I

Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, S.E., M.Si
NIP. 19710801 200003 1 002

Penguji II

H. Ridwan Widagdo, S.E., M.Si
NIP. 197303042007101002

vii

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Bismilahirrahmannirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Siti Nuraenun

NIM : 2008204003

Tempat Tanggal Lahir : Lebak, 22 September 2002

Alamat : Banten, Kecamatan Muncang, Desa Leuwi Co'o Timur

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Efektivitas Komunikasi Pemasaran Shopee Terhadap Minat Beli Melalui Kualitas Produk Scbagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021-2023”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dan sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 13 Juni 2024

Saya yang menyatakan

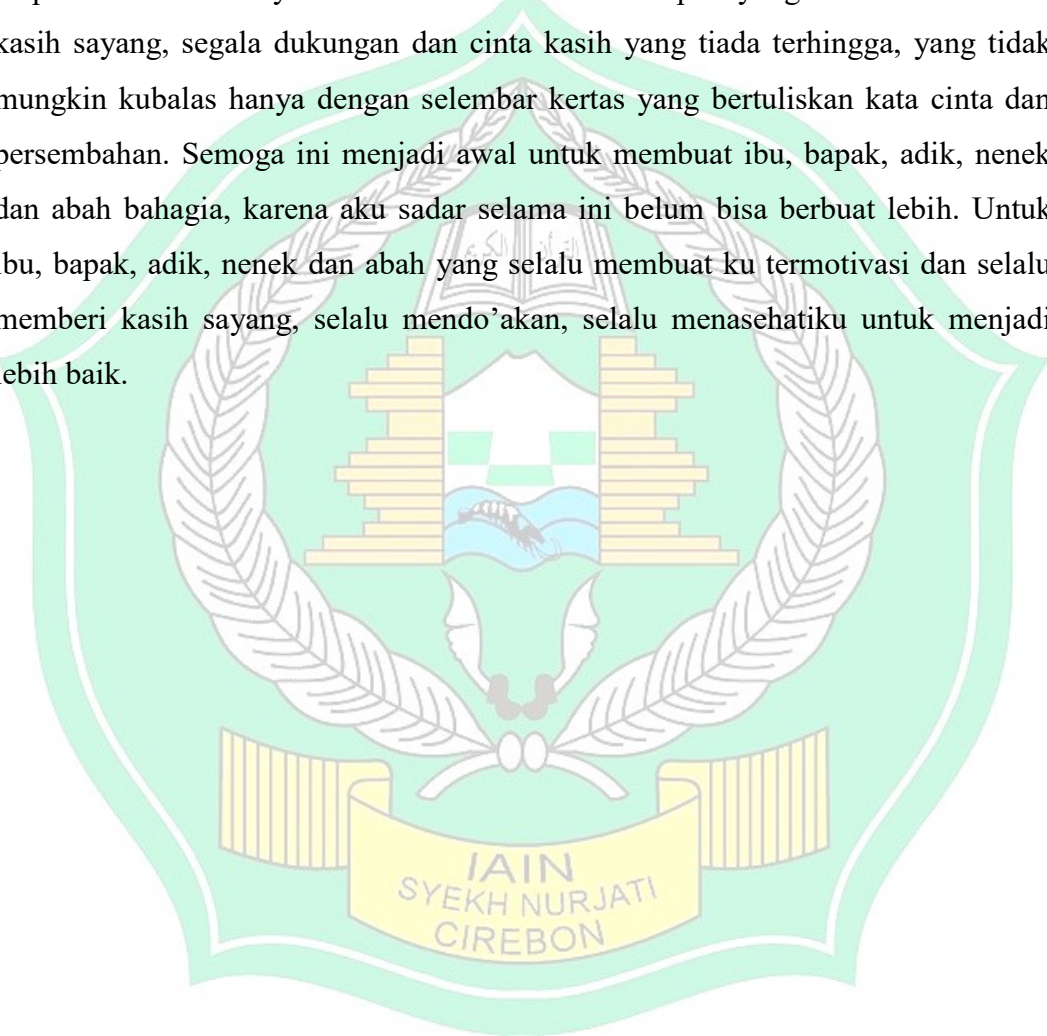


NIM.2008204003

PERSEMBAHAN

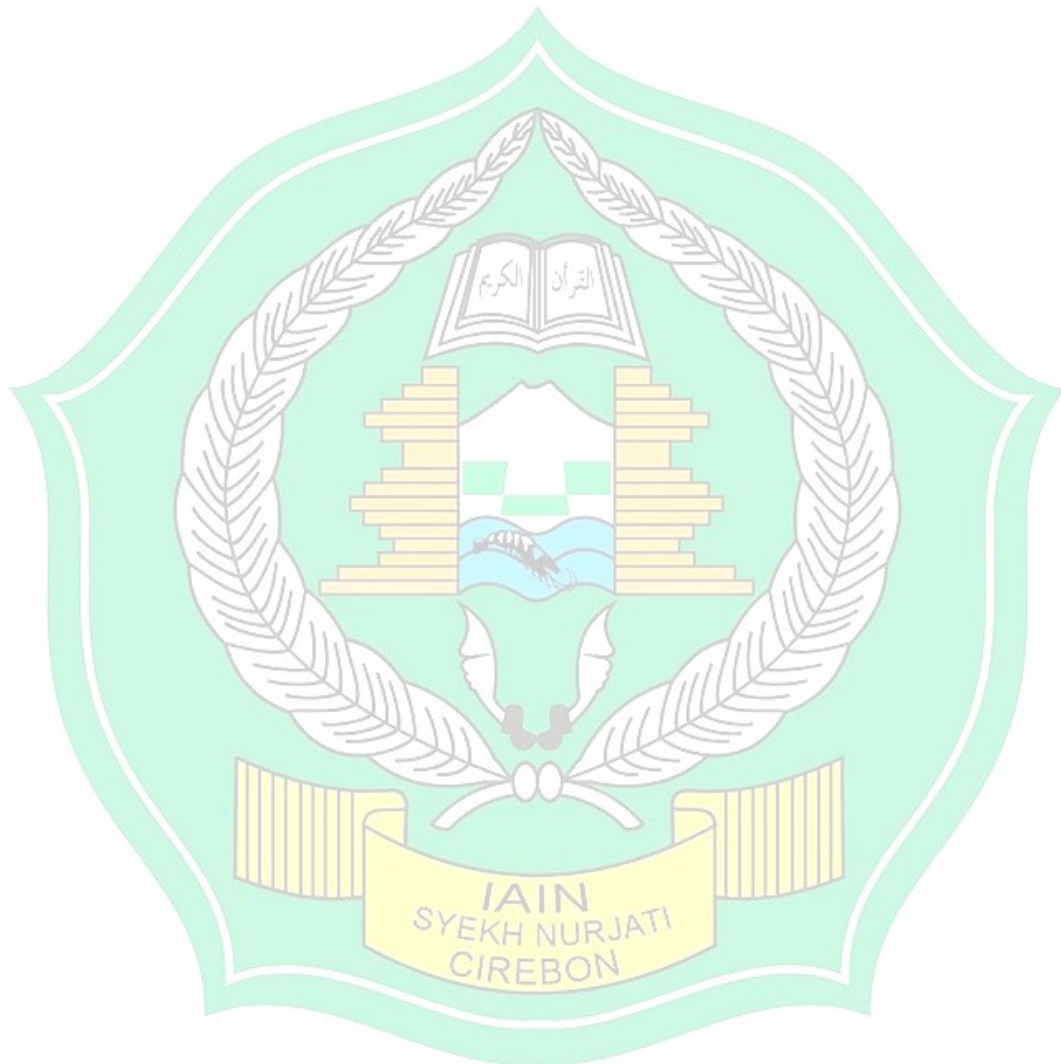
Ku persembahkan karya yang sederhana ini teruntuk:

Yang sangat ku hormati, aku cintai, dan aku sayangi Ibu, Bapak, Adiku, Nenek dan Abah. Terimakasih untuk cinta, kasih sayang, do'a, dukungan moral dan material, serta perjuangan yang tak pernah kenal lelah untukku selama ini. Kupersembahkan karya kecil ini untuk ibu dan bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga, yang tidak mungkin kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat ibu, bapak, adik, nenek dan abah bahagia, karena aku sadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk ibu, bapak, adik, nenek dan abah yang selalu membuat ku termotivasi dan selalu memberi kasih sayang, selalu mendo'akan, selalu menasehatiku untuk menjadi lebih baik.



MOTTO

“Tidak ada kata terlambat untuk mulai
menciptakan kehidupan yang kamu inginkan, kegagalan adalah awal dari
kesuksesan dan hidup adalah petualangan yang menanti” 😊😊😊



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis Siti Nuraenun. Lahir pada Tanggal 22 September 2002 dari seorang ayah yang bernama Satriana dan Ibu Sukraba. Nama panggilan Aenun. Alamat lengkap di Banten, Kecamatan Muncang, Desa Leuwi Co'o Timur.

Jenjang Pendidikan yang ditempuh:

1. SD Negeri 1 Leuwi Co'o pada tahun 2008-2014
2. Mts Malnu Muncang pada tahun 2014-2017
3. MA Malnu Muncang pada tahun 2017-2020
4. IAIN Syekh Nurjati Cirebon tahun 2020-2024

Penulis mengikuti program S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul skripsi **“Efektivitas Komunikasi Pemasaran Shopee Terhadap Minat Beli Melalui Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun 2021-2023”** dibawah bimbingan Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E.,M.Si dan Bapak Abdul Muizz Abdul Wadud Kasyful Anwar,M.Si.

Cirebon, 13 Juni 2024

Siti Nuraenun

NIM.2008204003

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkah dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah, yaitu penyusunan skripsi dengan judul **“EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN SHOPEE TERHADAP MINAT BELI MELALUI KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA FEBI IAIN SYEKH NURJATI CIREBON TAHUN 2021-2023”** Sholawat serta salam tak lupa turunkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Yang telah membawa kita semua dari zaman kegelapan hingga zaman terang menderang seperti ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak luput dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebagai penghargaan kepada semua pihak. Terkhusus untuk keluarga dan orangtua yang selalu memberikan segala bentuk dukungan baik dari segi moral maupun material. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada.

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. H. Syaeful Bakhri, S.E.,M.Si, Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah sekaligus Dosen Pembimbing I yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Abdul Muizz Abdul Wadud Kasyful Anwar,M.Si. Selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar membimbing, memotivasi dan memberikan saran-saran kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staff khususnya Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
7. Kepada Sahabat tercinta Sabiyatul Fitriyani yang telah kebersamai penulis dari SD, Sri Najmi Aprilia yang telah kebersamai penulis dari masa kuliah, terimakasih untuk kalian yang selalu memberikan dukungan

dan semangat. Terimakasih telah menemani dalam senang dan duka. Terimakasih sudah bertahan dan selalu kebersamai hingga saat ini.

8. Teman-teman Ekonomi Syariah yang telah berjuang bersama selama perkuliahan.
9. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan pengalaman, motivasi, do'a dan semangat kepada penulis. Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moril maupun material dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, Aminn..



Cirebon, 13 Juni 2024

Penulis,

Siti Nuraenun

NIM. 2008204003

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
الملخص	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS.....	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
PEDOMAN TRANSLITERASI	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Masalah.....	12
F. Manfaat dan kegunaan Penelitian	13
G. Sistematika Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Komunikasi Pemasaran.....	15
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	15
2. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	16
3. Promosi	18
4. Strategi Pemasaran	19
5. Minat Beli	20

6. Kualitas Produk.....	20
7. Pemasaran Shopee.....	21
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	23
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	24
A. Tempat dan Waktu Penelitian	25
B. Metode Penelitian.....	25
C. Jenis dan Sumber Data	26
D. Teknik Pengumpulan Data	26
E. Populasi Sampel Penelitian	27
F. Definisi Operasional Variabel.....	28
G. Metode Analisis Data	29
1. Uji Instrument Peneliti.....	29
2. Uji Asumsi Klasik.....	30
3. Uji Hipotesis	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum	31
1. Profil Perusahaan Shopee.....	32
2. Visi Misi Shopee	33
3. Logo	34
4. Profil Fakultas FEBI	35
5. Visi Misi FEBI	36
6. Tujuan Prodi Ekonomi Syariah.....	37
7. Deskripsi Data Responden	38
B. Hasil Analisis Data	39
1. Uji Instrment Penelitian	39
2. Uji Asumsi Klasik.....	40
3. Uji Sobel	40
C. Uji Hipotesis.....	41
1. Uji t (Parsial Test)	41
2. Uji F (Simultan)	42
3. Koefisien Determinasi (R^2).....	43

D. Pembahasan	43
1. Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli.....	44
2. Komunikasi Pemasaran Terhadap Kualitas produk	45
3. Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	46
4. Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli	47
Melalui Kualitas Produk	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
1. Kesimpulan	49
2. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	50

