

SKRIPSI

Pengaruh Fitur dalam *Shopeefood* terhadap Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UINSA

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Dosen Pembimbing:

Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 197102042005011004

Disusun Oleh:
Nazilatin Nikmah (04010520021)

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nazilatin Nikmah

NIM : 04010520021

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “Pengaruh Fitur dalam *Shopeefood* terhadap Minat Beli pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UINSA” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 22 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



Nazilatin Nikmah

04010520021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nazilatin Nikmah

NIM : 04010520021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Penelitian : Pengaruh Fitur dalam *Shopeefood* terhadap
Minat Beli pada Pengguna Aplikasi
Shopee di Kalangan Mahasiswa Ilmu
Komunikasi Angkatan 2020 UINSA

Penelitian ini telah diperiksa dan disetujui untuk disajikan.

Surabaya, 22 Mei 2024

Menyetujui,

Pembimbing



Abu Amar Bustomi, M.Si

NIP. 197102042005011004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
Pengaruh Fitur dalam *Shopeefood* terhadap Minat Beli pada
Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kalangan Mahasiswa Ilmu
Komunikasi Angkatan 2020 UINSA



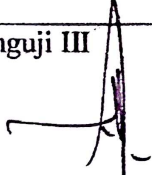

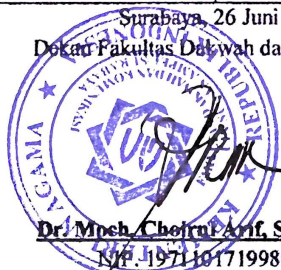
Skripsi ini

Disusun Oleh :
Nazilatin Nikmah

04010520021

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata satu
pada tanggal 26 Juni 2024

Tim Penguji

<p>Penguji I</p>  <u>Abu Amar Bustomi, M.Si</u> NIP. 197102042005011004	<p>Penguji II</p>  <u>Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si</u> NIP. 197301141999032004
<p>Penguji III</p>  <u>Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si</u> NIP.198311182009011006	<p>Penguji IV</p>  <u>Muchlis, S.Sos, I.M.Si</u> NIP.197911242009121001
<p>Surabaya, 26 Juni 2024 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,</p>  <u>Dr. Moch. Cholron Arif, S.Ag., M.Fil.I.</u> NIP. 197110171998031001	



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nazilatin Nikmah
NIM : 04010520021
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : 04010520021@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Fitur dalam Shopeefood terhadap Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Shopee di

Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UINSA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 03 September 2024

Penulis

(Nazilatin Nikmah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Nazilatin Nikmah, NIM 04010520021, 2024. Pengaruh Fitur dalam *Shopeefood* terhadap Minat Beli pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UINSA.

Kata Kunci : *Shopee*, Fitur dalam *Shopeefood*, Minat Beli

Penelitian ini akan melihat dua pertanyaan utama: (1) Apakah set fitur *Shopeefood* mempengaruhi minat mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSA angkatan 2020 untuk melakukan pembelian di aplikasi *Shopee*? dan (2) Sejauh mana set fitur *Shopeefood* mempengaruhi minat mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSA angkatan 2020 untuk melakukan pembelian di aplikasi *Shopee*? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi *Shopeefood* memiliki pengaruh terhadap kecenderungan pengguna untuk melakukan pembelian di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi yang terdaftar di angkatan 2020 UINSA, serta sejauh mana pengaruh tersebut.

Dalam Penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah jenis penelitian deskriptif. Analisis data yang berhubungan dengan korelasi menghasilkan nilai korelasi pearson

(rhitung) sebesar 0,860. Pada tingkat signifikansi 5%, nilai (rtabel) untuk 98 individu adalah 0,198. $0,860 > 0,198$ pada titik tersebut, menolak H_0 dan menerima H_a . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi signifikan yang kuat ($r = 0,860$) antara fitur-fitur *Shopeefood* dengan minat pengguna untuk melakukan pembelian melalui aplikasi *Shopee* di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSA angkatan 2020. Selanjutnya, kuadrat dari koefisien korelasi-koefisien determinasi-memiliki nilai yang tinggi. Oleh karena itu, nilai koefisien determinasi penelitian ini adalah $0,8602 = 0,7396$. Hal ini menunjukkan bahwa 73,96% minat pengguna Ilmu Komunikasi UINSA Angkatan 2020 dalam melakukan pembelian produk di aplikasi *Shopee* dipengaruhi oleh fitur *Shopeefood*.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Nazilatin Nikmah, NIM 04010520021, 2024. *The Influence of Features in Shopeefood on Purchase Interest among Shopee Application Users among UINSA Class of 2020 Communication Science Students.*

Keywords: Shopee, Features in Shopeefood, Interest in Buying

This research will look at two main questions: (1) Does the Shopeefood feature set influence the interest of UINSA Communication Science students class of 2020 to make purchases on the Shopee app? and (2) To what extent does the Shopeefood feature set influence the interest of UINSA Communication Science students class of 2020 to make purchases on the Shopee app? This study aims to determine whether the features in the Shopeefood application have an influence on users' tendency to make purchases among Communication Science students enrolled in the class of 2020 UINSA, as well as the extent of this influence.

In this study, researchers used a Quantitative approach with the method used to analyze data is descriptive research type. Data analysis related to correlation resulted in a Pearson correlation value (r_{count}) of 0.860. At the 5% significance level, the value (r_{table}) for 98 individuals is 0.198. $0.860 > 0.198$ at

that point, rejecting H_0 and accepting H_a . This shows that there is a strong significant correlation ($r = 0.860$) between Shopeefood features and user interest in making purchases through the Shopee application among UINSA Communication Science students class of 2020. Furthermore, the square of the correlation coefficient-the coefficient of determination-has a high value. Therefore, the coefficient of determination of this study is $0.8602 = 0.7396$. This shows that 73.96% of UINSA Communication Science users' interest in purchasing products in the Shopee application is influenced by the Shopeefood feature.



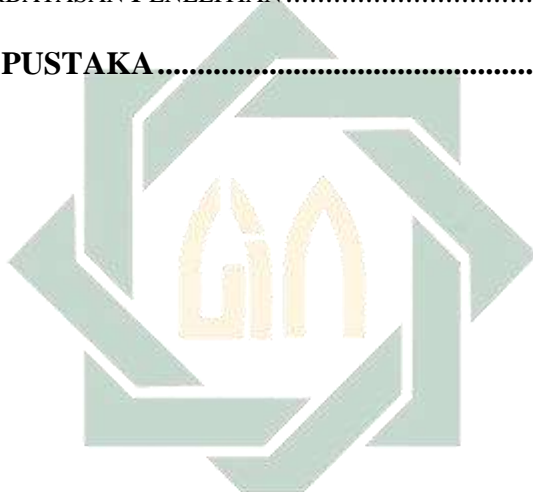
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	1
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	I
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	II
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	III
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A.LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B.RUMUSAN MASALAH.....	4
C.TUJUAN PENELITIAN.....	5
D.PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN	6
E.DEFINISI OPERASIONAL	11
1.Pengaruh Fitur dalam Shopeefood	12
2.Minat Beli	13
3.Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UINSA	15
BAB II	17
KAJIAN TEORITIK	17
A.KERANGKA TEORITIK.....	17
B.HIPOTESIS	30

BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
A.METODE PENELITIAN	32
1.Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
2.Obyek Penelitian.....	34
3.Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	34
4.Variabel dan Indikator Variabel.....	37
5.Tahap-Tahap Penelitian	38
B.TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	44
C.TEKNIK RELIABILITAS DAN VALIDITAS INSTRUMEN	
PENELITIAN	45
D.TEKNIK ANALISIS DATA.....	46
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A.GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	49
1.Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi	49
2.Visi & Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi	49
3.Deskripsi Responden.....	50
B.PENYAJIAN DATA	50
1.Data Responden	51
2.Pengaruh Fitur dalam Shopeefood	52
3.Minat Beli Pengguna Shopee	56
C.PENGUJIAN HIPOTESIS	60
1.Uji Normalitas.	61
2Uji Pearson Product Moment	63
D.PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	65
1.Perspektif Teoritis	65
2.Perspektif Keislaman	66

BAB V	69
PENUTUP	69
A.KESIMPULAN	69
B.SARAN DAN REKOMENDASI	70
C.KETERBATASAN PENELITIAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Pustaka

Simarmata, Faskawaty dkk, 2021, “*Pengaruh Pemanfaatan Layanan Shopee Food Bagi Pelaku Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19*”, Jakarta: Serina III UNTAR

Sakina, Nur Binti Danial Mah. 2019. “*The Impacts of Social Media Marketing on Knowledge Building for Enhancing Purchase Intention among Shopee Customers in Malaysia*”, Malaysia: International Journal of Science and Research (IJSR)

Izella Vania¹ dan Remista Simbolon, “*Pengaruh Promo Shopeefood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan)*”

Gunawan Saleh, Ribka Pitriani, “*Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together”*”

Skripsi Dicky Nur Rahman, 2021, “*Korelasi Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dengan Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah & Komunikasi Uin Sunan Ampel Surabaya*”,

Deepublish. (2019, Oktober 21) *Cara Membuat Daftar Pustaka Dari Berbagai Sumber*. Selengkapny <https://penerbitdeepublish.com/cara-membuat-daftar-pustaka-sumber/> (diakses 03 Februari 2024)

repository.widyatama. *pengaruh adalah daya*. Selengkapnya <https://repository.widyatama.ac.id/server/api/core/bitstreams/3841e366-ddf7-495f-af87-330988c1d427/content> (Diakses 05 Februari 2024)

definiiperkembangan shopee, selengkapnya : <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230626105528-97-966554/dominasi-pasar-e-commerce-shopee-unggul-dari-para-pemain-lain>

Kompas.com. “Pengertian Minat Beli Menurut Ahli.”

Kompas.com. Accessed April 18, 2024.

<https://www.kompas.com/skola/read/2023/06/14/140000869/pengertian-minat-beli-menurut-ahli>.

Nur, Sukma. “Shopee Bagikan 4 Tren Perilaku Belanja Konsumen.” detik.com. Accessed April 18, 2024.

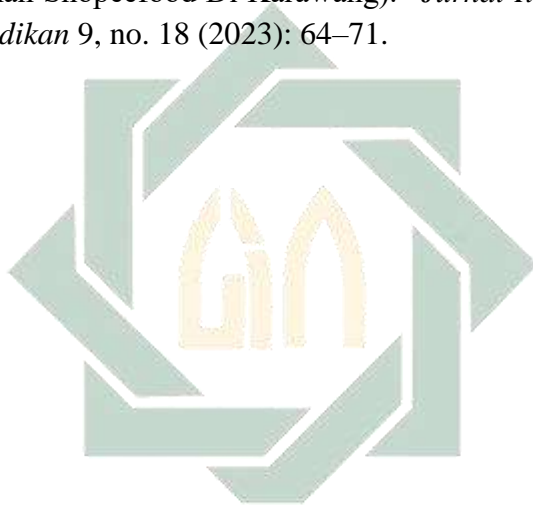
<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6539238/shopee-bagikan-4-tren-perilaku-belanja-konsumen>.

Perangin-angin, Oktiviana, and Jay Idoan Sihotang. “Shopeefood Customer Satisfaction Modeling Based on Webqual 4.0 and Kano Method.” *TeIka* 13, no. 01 (2023): 17–29. <https://doi.org/10.36342/teika.v13i01.3086>.

Putri Ayu Kusuma Wardani, Fadzlian Rizky Reinaldy, and Indraswari Pramudaning Tyas. “Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Dengan Menggunakan Jasa Shopeefood.” In *Literasi Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, edited by Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Ahmad Saifuddin and Indonesia, 2021st–2022nd ed., 176. Surakarta: Unit Kegiatan Mahasiswa Dinamika, n.d.

Setiawan, Joko. “Apa Itu Shopee.” Konigle. Accessed April 18, 2024. <https://konigle.com/p/apa-itu-shopee>.

Swastika Metta, Amanda, Aji Samudra, and Eman Sulaeman. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood (Studi Pada Pengguna Layanan Shopeefood Di Karawang).” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 18 (2023): 64–71.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A