

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *e-commerce*, Media Sosial dan Promosi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung” ini ditulis oleh Yhana Puji lestari, NIM 12402183111, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Operasional bisnis yang tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang dimana memiliki tujuan akhir untuk mempengaruhi minat beli calon konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Di era perkembangan internet yang semakin pesat, hal ini diiringi dengan pola pemasaran menggunakan media internet. Mahasiswa merupakan individu yang erat dengan perkembangan teknologi khususnya mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Dimana masing-masing mahasiswa memiliki gawai yang dimanfaatkan untuk mengakses informasi sekaligus berbelanja *online*.

Rumusan masalah (1) Apakah pengaruh penggunaan *e-commerce*, media sosial dan promosi terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. (2) Untuk menguji pengaruh penggunaan *e-commerce*, terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. (3) Untuk menguji pengaruh media sosial terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. (4) Untuk menguji pengaruh promosi terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif dengan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 203 responden yaitu mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Tahap selanjutnya data kuesioner dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji F dapat diketahui penggunaan *e-commerce*, media sosial dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Sedangkan hasil uji T dapat diketahui bahwa penggunaan *e-commerce*, media sosial dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara *online* pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Kata Kunci : *E-commerce*, Media Sosial, Minat Beli, dan Promosi

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of the Use of e-commerce, Social Media and Promotion on Online Purchase Interest in Students of the Islamic Economics Department Class of 2018 Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung" was written by Yhana Puji Lestari, NIM 12402183111, Faculty of Islamic Economics and Business, Islamic Economics Department Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervised by Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Business operations are inseparable from marketing activities which have the ultimate goal of influencing the buying interest of potential consumers for the products or services offered. In the era of increasingly rapid internet development, this is accompanied by a pattern of marketing using internet media. Students are individuals who are closely related to technological developments, especially students majoring in Islamic economics class 2018 Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. Where each student has a device that is used to access information as well as shop online.

Problem formulation (1) What is the effect of using e-commerce, social media and promotion on online buying interest in students majoring in Islamic economics class 2018 Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. (2) To test the effect of using e-commerce on online buying interest in students majoring in Islamic economics class 2018 Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. (3) To examine the effect of social media on online buying interest in students majoring in Islamic economics class 2018 Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. (4) To examine the effect of promotion on online buying interest in students majoring in Islamic economics class 2018 Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung.

This study uses quantitative methods and associative research types with the sampling technique in this study is purposive sampling with the number of samples used in the study as many as 203 respondents, namely students majoring in Islamic economics class 2018 State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. The next stage of the questionnaire data was analyzed by validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test and coefficient of determination test.

The results of this study indicate that based on the F test, it can be seen that the use of e-commerce, social media and promotion simultaneously has a positive and significant effect on online buying interest in students majoring in Islamic economics class 2018 Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. While the results of the T test can be seen that the use of e-commerce, social media and promotion partially has a positive and significant effect on online buying interest in students majoring in Islamic economics class 2018 Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung.

Keywords: *Buying Interest, E-commerce, Promotion, and Social Medi*