

**PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
MINAT BELI DI *E-COMMERCE* BUKALAPAK  
PADA MAHASISWA UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN**



Oleh:  
DAVID WILLIANTO  
51418012

PSDKU MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN  
2023

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
MINAT BELI DI *E-COMMERCE* BUKALAPAK PADA  
MAHASISWA UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan PSDKU Manajemen**

**OLEH:  
DAVID WILLIANTO  
51418012**

**PSDKU MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
MINAT BELI DI *E-COMMERCE* BUKALAPAK PADA  
MAHASISWA UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN

Oleh:  
DAVID WILLIANTO  
51418012

Telah disetujui dan Diterima dengan baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

NIDN: 0713126601,

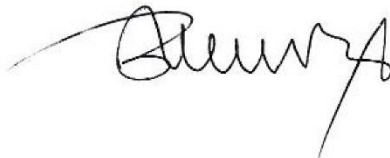
Tanggal: 20 November 2023

## PALAMAN PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh: David Willianto NRP 5148012**

Telah disetujui pada tanggal 30 November 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji

Ketua Tim Penguji:



Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si.

NIDN: 0717087201

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Hendra Wijaya, S.Akt., M.M., CPMA.

NIDN: 0718108506

Ketua Program Studi



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.

NIDN: 0713126601

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : David Willianto

NRP : 51418012

Judul Skripsi : Pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap minat beli di *e-commerce* Bukalapak pada mahasiswa UNIKA Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Menyatakan bahwa ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 21 November 2023

Yang menyatakan



David Willianto

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat kasih setia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian skripsi dengan judul **pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap minat beli di e-commerce bukalapak pada mahasiswa UNIKA Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun**. Penelitian ini disusun dan diajukan sebagai syarat tugas akhir dalam menempuh studi pada program studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Dalam menyelesaikan laporan skripsi ini, penulis tentunya tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari banyak pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada.

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih karunia, dan penyertaanNya selama proses masa studi hingga penyelesaian tugas akhir ini dengan penuh sukacita dan damai sejahtera.
2. Kedua orang tua yang terkasih Bapak Sugeng Winarto dan Ibu Siti Qomariyah yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan melalui segala urusan finansial dan memenuhi kebutuhan dalam proses penyelesaian masa studi.
3. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi. ketua program studi Manajemen yang sudah memberikan kesempatan untuk waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membantu proses penyelesaian tugas akhir ini.
4. Bapak Didik Joko Pitoyo, S.E., M.M. selaku wali studi dan juga sebagai bapak bagi penulis yang telah rela memberikan waktu, tenaga dan pikiran dalam kurun waktu masa studi penulis dengan memberikan motivasi dan semangat.
5. Seluruh dosen dan staff Universitas katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang sudah berkenan memberikan banyak pelajaran dan kenangan.

6. Kepada sahabat dan sekaligus saudaraku Hilarius Pramanda Yuvendeo dan Otniel Gerry Prizanto yang telah memberikan motivasi dan semangat serta teguran untuk segera menyelesaikan masa studi.
7. Kepada *superwoman G.O.A.T* beserta keluarganya yang telah memberikan doa, waktu, dan semangat serta teguran untuk mencapai di titik ini untuk segera menyelesaikan masa studi secepatnya.
8. Kepada teman-teman seperjuangan yang saling memberikan semangat dan dukungan serta bantuan dalam penyusunan skripsi.
9. Kepada seluruh responden yang sudah memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner yang dibagikan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan doa dan dukungan sehingga terselesaikannya laporan skripsi ini.

Penulis menyadari laporan penelitian skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Maka penulis berharap pada penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini, sehingga dapat memberikan manfaat bagi bidang akademik terutama Manajemen Pemasaran. Akhir kata dengan terselesaikannya laporan penulisan skripsi ini, semoga hasil jerih payah dan waktu yang sudah dikorbankan dapat memberikan manfaat bagi yang membutuhkan.

Madiun, 21 November 2023

Yang Menyatakan



David Willianto

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Peneltian .....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	16
2.3 Model penelitian / kerangka konseptual .....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Desain Penelitian .....	19
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	19
3.3 Jenis data dan sumber data.....	21
3.4 Metode pengumpulan data.....	22
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan .....	22
3.6 Statistik deskriptif .....	23
3.7 Uji Normalitas.....	24
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	24



3.9	Teknik Analisis .....	25
BAB IV .....		28
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....		28
4.1	Gambaran umum objek penelitian .....	28
4.2	Deskriptif Data.....	30
4.3	Statistik Deskriptif .....	33
4.4	Uji Kualitas Data.....	37
4.5	Uji Normalitas.....	39
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	40
4.7	Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
4.8	Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....	42
4.9	Uji t .....	43
4.10	Pembahasan.....	44
BAB V.....		47
SIMPULAN, KETEBATASAN DAN SARAN .....		47
5.1	SIMPULAN .....	47
5.2	KETERBATASAN.....	47
5.3	SARAN.....	47
DAFTAR PUSTAKA .....		49
LAMPIRAN .....		51

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4.1 Profil Program Studi Responden.....	31
Tabel 4.2 Profil Semester Responden .....	32
Tabel 4.3 Usia .....	32
Tabel 4.4 Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.5 Interval Penelitian .....	33
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan .....	34
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan .....	35
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli .....	36
Tabel 4.9 Validitas Variabel iklan .....	37
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan .....	38
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	38
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas .....	39
Tabel 4.13 Uji <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	39
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas.....	40
Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda.....	42
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi .....	43

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model penelitian.....	18
Gambar 3.1 Daerah penolakan dan Penerimaan Hipotesis Pengaruh Parsial .....	27
Gambar 4.1 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas .....	41
Gambar 4.2 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t.....	43
Gambar 4.3 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	51
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	54
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	60
Lampiran 4 Uji Kualitas Data .....	61
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik .....	63
Lampiran 6 Uji Regresi Berganda dan Uji Koefisien R <i>Square</i> .....	65
Lampiran 7 Daftar Tabel t.....	66
Lampiran 8 Daftar Tabel r.....	69
Lampiran 9 Bukti Penyebaran.....	72

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh iklan dan promosi penjualan terhadap minat beli di *e-commerce* Bukalapak pada mahasiswa UNIKA Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 105 mahasiswa UNIKA Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang aktif pada tahun ajaran 2023/2024 dengan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui *Google Form* kepada mahasiswa UNIKA Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang aktif pada tahun ajaran 2023/2024. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program *software* SPSS versi 25. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel iklan dan promosi penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli konsumen *e-commerce* Bukalapak, variabel promosi penjualan berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli konsumen *e-commerce* Bukalapak. Nilai koefisien determinasi sebesar 62,7% artinya variabel independen iklan dan promosi penjualan berpengaruh terhadap variabel dependen minat beli sebesar 62,7% sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci** : iklan, promosi penjualan, minat beli, Bukalapak

*THE INFLUENCE OF ADVERTISING AND SALES PROMOTION ON BUYING  
INTEREST IN BUKALAPAK E-COMMERCE AT  
STUDENTS OF UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA  
MADIUN CITY CAMPUS*

*ABSTRACT*

*This research aims to test and analyze the influence of advertising and sales promotions on buying interest in Bukalapak e-commerce among students at UNIKA Widya Mandala Surabaya, Madiun City Campus. This research uses quantitative research. The sample in this research was 105 students studying at UNIKA Widya Mandala Surabaya Madiun City Campus who were active in the 2023/2024 academic year using purposive sampling and snowball sampling techniques. Data were collected using a questionnaire distributed via Google Form to UNIKA Widya Mandala Surabaya Madiun City Campus active students in the 2023/2024 academic year. The data analysis technique in this research uses multiple regression analysis using the SPSS version 25 software program. The results of this study show that the advertising and sales promotion variables have a significant positive effect on Bukalapak e-commerce consumers' buying interest, and the sales promotion variable has a significantly positive effect on buying interest Bukalapak e-commerce consumers. The coefficient of determination value is 62.7%, meaning that the independent variables advertising and sales promotions influence the dependent purchasing interest by 62.7%, while the remaining 37.3% is influenced by other variables not examined in this research.*

**Keywords :** *advertising, sales promotions, buying interest, bukalapak*