

## SKRIPSI

### **DAMPAK TERPAAN *E-COMMERCE SHOPEE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU**

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Oleh :

**TESA KURNIA**  
11443201231

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2020**

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## SKRIPSI

### **DAMPAK TERPAAN *E-COMMERCE SHOPEE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU**



Oleh :

**TESA KURNIA**  
**11443201231**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk mendapatkan gelar sarjana (S.I.kom)**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2020**

## PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : **Tesa Kurnia**  
NIM : 11443201231  
Judul : **Dampak Terpaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska Riau.**

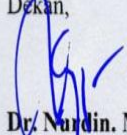
Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 28 Juli 2020

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Broadcasting di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

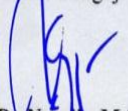
Pekanbaru, Juli 2020

Dekan,

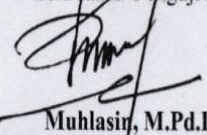
  
**Dr. Nurdin, MA**  
NIP.19660620 200604 1 015

### Tim Penguji

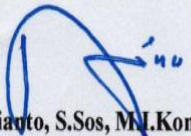
Ketua/ Penguji I

  
**Dr. Nurdin MA**  
NIP.19660620 200604 1 015

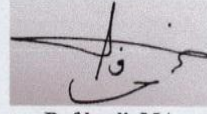
Sekretaris/ Penguji II

  
**Muhlasin, M.Pd.I**  
NIP. 19680513 200501 1 009

Penguji III

  
**Sudiarto, S.Sos, M.I.Kom**  
NIP.1980123 200604 1 001

Penguji IV

  
**Rafdeadi, MA**  
NIP. 19821225 201101 1 011

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Halaman Persetujuan Pembimbing

**DAMPAK E-COMMERCE @SHOPEE TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN SUSKA RIAU**

Disusun Oleh:

NAMA : TESA KURNIA

NIM : 11443201231

Telah disetujui dosen pembimbing pada tanggal: Januari 2019


Pembimbing I



Vera Sardila, S.Pd, M.Pd  
NIP. 19740215 200701 2 024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si  
NIP. 19691118 199603 2 001

Pekanbaru, januari 2019

Hal : Naskah Riset Proposal

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Di\_

Tempat

Assalammu'alaikum Wr, Wb

Dengan hormat,

Setelah membaca meneliti dan memberi petunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku Dosen pembimbing menyetujui bahwa riset proposal saudara:

Nama : Tesa Kurnia

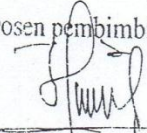
Nim : 11443201231

Dengan judul "Dampak E-Commerce @Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau" untuk diajukan pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian Bapak, kami ucapkan terima kasih.  
Walaikumsalam wr,wb.

Mengetahui,

Dosen pembimbing



Vera Sardita S.Pd., M.Pd

NIP. 197402152007001 2 024

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Imiah ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun (sarjana, tesis, disertasi dan sebagainya), baik di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pihak pembimbing dan hak publikasi karya tulis ini pada penulis.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas di cantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan di sebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah di peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi dan negara Republik Indonesia.

Pekanbaru, Juni 2020  
Yang membuat pernyataan,



TESA KURNIA  
114443201231


**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**INTI SARI**
**TESA KURNIA**
**” Dampak Terpaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau ”**

Penelitian ini dilatar belakangi karena zaman yang semakin canggih dan pesat terutama internet yang berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan seperti misalnya Salah satu kemudahan yang terasa ialah khalayak dapat berbelanja kapan pun dan dimana pun pada saat dibutuhkan yaitu dengan berbelanja *online*. Sejak adanya internet, jual beli *online* atau *e-commerce* memang menjadi trend baru di masyarakat. Merajuk dari latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu, bagaimana dampak terpaan *e-commerce* shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi UIN Suska Riau dan seberapabesarkah dampak terpaan *e-commerce* shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Suska Riau. Teori yang di gunakan dalam penelitian ini adalah : Teori “*uses and gratifications*” yaitu teori penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, metode yang di gunakan adalah metode random, jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 196 mahasiswi (perempuan), sampel yang diambil sebesar 66 orang menggunakan rumus slovin 10%. Jenis data yang yang digunakan adalah data primer yang di dapat dari data primer yang di dapat dari penyebaran angket kepada mahasiswi jurusan ilmu komunikasi angkatan 2016 UIN Suska Riau. Kesimpulan dari penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel dampak terpaan *e-commerce* shopee yang meliputi gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai F hitung nilai 0.646 dengan tingkat signifikan 1% 0.01 sehingga psisi korelasinya berada 0,70- 0.79 dengan makna hubungan yang kuat.

**Kata Kunci : Terpaan ,E-Commerce, Shopee, Perilaku Konsumtif**

UIN SUSKA RIAU


**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

By: TESA KURNIA

"The Impact of Shopee's E-Commerce Exposure on the Consumptive Behavior of Students of the Faculty of Da'wah and Communication of UIN Suska Riau"

This research is motivated by an increasingly sophisticated and rapid era. The internet has developed into a very fast and effective communication platform. It has grown to be powerful information and communication tool that cannot be ignored. It supports the easy access for people to shop. Nowadays one can shop whenever and wherever when needed through online shopping. Since the existence of the internet, online buying and selling or e-commerce has indeed become a new trend in society. Based on the above background, this study aims to answer the research question, namely, how is the impact of shopee e-commerce exposure on the consumptive behavior of students of the UIN Suska Riau faculty of da'wah and communication and how considerably is the impact of shopee e-commerce exposure on the consumptive behavior of UIN Suska Riau students. The theory used in this research is: The theory of "uses and gratifications". This explains the use of media content to obtain gratifications for one's needs. This research is a descriptive quantitative study. The samples are selected based on random sampling method. The number of respondents in this study was 196 female students. The sample taken was 66 people selected based on the 10% slovin formula. The data used is primary data obtained from distributing questionnaires to students majoring in communication science class 2016 of UIN Suska Riau. The conclusions of this study are: (1) there is a positive and significant effect between the variables of shopee e-commerce exposure which includes movement, stimuli intensity, novelty and repetition and consumptive behavior with a calculated F value of 0.646 and a significant level of 1% 0.01 so that the position of the correlation is 0.70 to 0.79, which means a strong correlation.

**Keywords:** *Exposure, E-Commerce, Shopee, Consumptive Behavior.*




**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Dampak E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska Riau”**

Penulisan skripsi ini diperuntukkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi broadcasting, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan Skripsi penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman penulis. Namun banyak pihak yang mendorong dan memberikan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa kepada orang tua tercinta Ayahanda Yurnalis, Ibunda Sri Rezki, abang tercinta febri dan Adik saya rehan yuwanda yang telah merawat, membesarkan, membimbing, dan selalu memberikan semangat dengan penuh pengorbanan baik secara moril maupun materil, serta selalu memberikan doa yang tiada putusnya untuk penulis untuk dapat mewujudkan cita-cita penulis hingga menjadi seorang sarjana. Pengorbanan kedua orang tua dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan penulis hingga saat ini, untuk itu skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua yang penulis sayangi.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin S.Ag, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. H. Surryan A. Jamrah, M.A, Dr. H. Kusnadi M.Pd, dan Drs. H. Promadi, M.A, Ph.D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Nurdin, M.A Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Ibu Vera Sardila S.Pd, M.Pd selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan, dan memberikan pengarahan-

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- pengarahan serta nasehat kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Kepada Bapak Darusman M.Ag selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis.
  8. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan
  9. Kepala Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku yang menjadi referensi penulis selama perkuliahan.
  10. Kepada keluarga saya tercinta yang menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
  11. Kepada Sahabat Robi Aprimardian S.Pt, Rahmanisa firi S.Pi, Yumnaini Hutabrat S.T, Asiyah habiba hutabarat S.E, Sinta Bela, Revita Tri Reski S.i.kom, Nora novita, Nuraini S.I.kom, Putri insani S.I.Kom, Suci Rahayu S.I.kom, Desi Anggraini dan M. Rohman sahabat tercinta seperjuangan yang telah memberikan dukungan, bantuan, semangat serta motivasi sehingga penulis dapat mengerjakan Skripsi ini hingga selesai.
  12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan  
Semoga semua motivasi, semangat, doa serta bantuan yang telah diberikan, semoga mendapat imbalan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Robbal Alamin.

Pekanbaru, Juni 2020  
Penulis,

**TESA KURNIA**  
**NIM.11443201231**



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah .....	2
1. Dampak.....	2
2. <i>E-Commerce (shopee)</i> .....	3
3. perilaku konsumtif.....	3
C. Permasalahan .....	4
1. Identifikasi Masalah .....	4
2. Batasan Masalah .....	4
3. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
1. Tujuan Penelitian .....	4
2. Kegunaan Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Teori .....	7
1. Dampak .....	7
2. <i>E-Commerce Shopee</i> .....	9
3. Perilaku Konsumtif.....	11
4. Mahasiswi.....	14
B. Kajian Terdahulu .....	15
C. Kerangka Pikir .....	18
D. Hipotesis .....	19
E. Konsep Operasional .....	20



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	22
C. Populasi dan Sampel.....	22
1. Populasi.....	22
2. Sampel.....	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1. Kuesioner .....	24
2. Observasi.....	25
3. Dokumentasi .....	25
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	25
1. Validitas Data .....	26
2. Reliabilitas.....	26
F. Teknik Analisis Data.....	27
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
A. Sejarah dan Perkembangan UIN Suska Riau .....	29
B. Sejarah dan Perkembangan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.....	32
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
1. Hasil Penelitian .....	35
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	35
B. Rekapitulasi Data.....	36
C. Uji Validitas dan Reabilitas.....	37
1. Uji Validitas .....	37
2. Uji Reabilitas.....	39
2. Pembahasan .....	41
1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	41
2. Uji Normalitas .....	42
3. Uji Asumsi Heteroskidastisitas.....	43
4. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	43
1. Uji T.....	43
2. Koefisien Determinasi.....	45

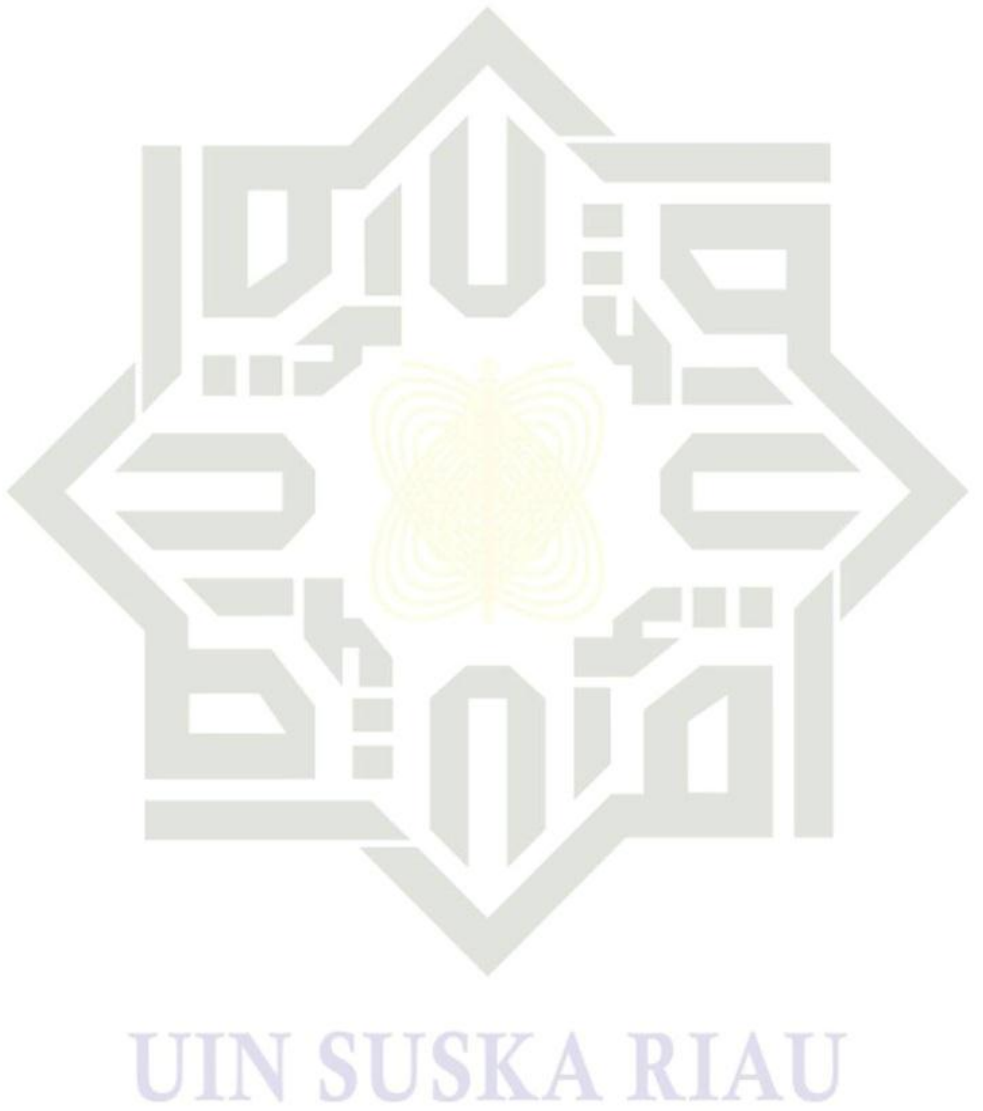
**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>46</b>
A. Kesimpulan .....	46
B. Saran .....	46

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

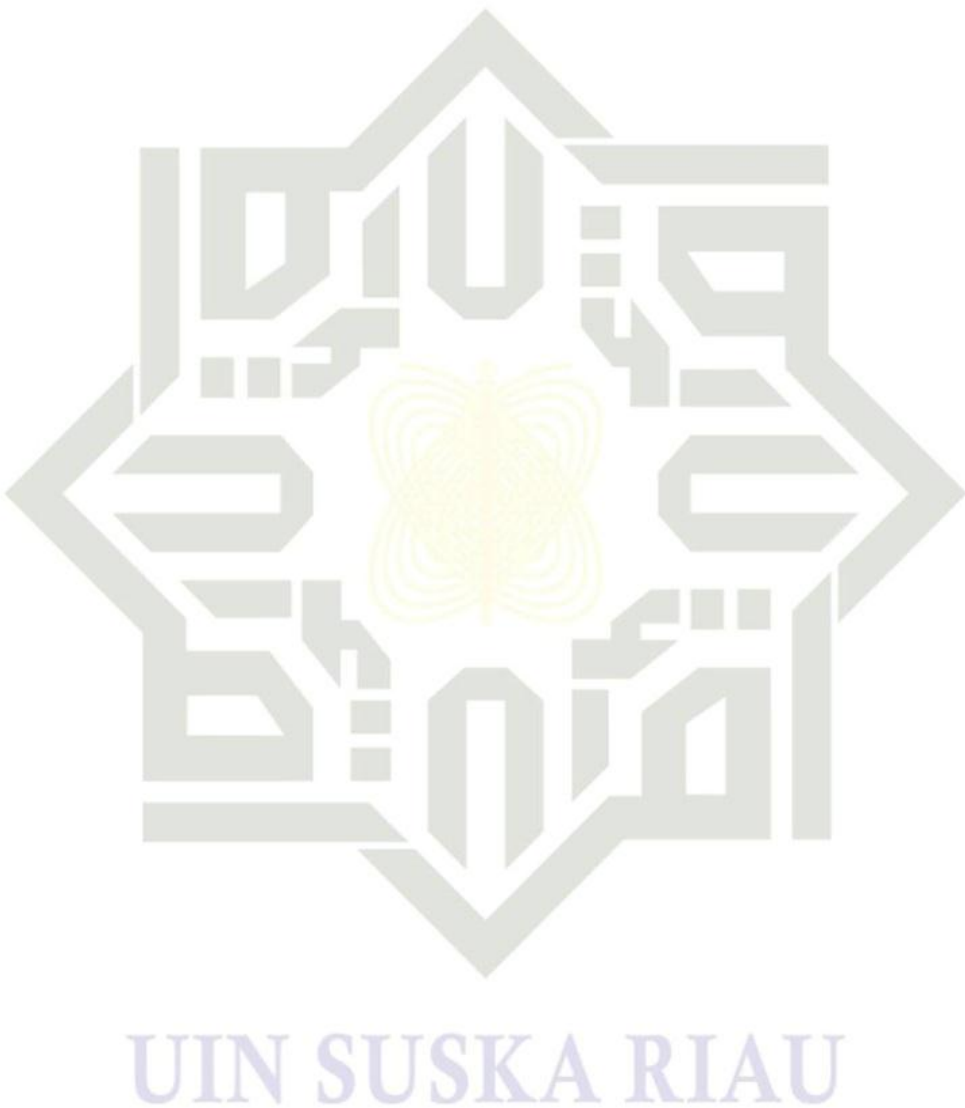
5.27. Hasil perhitungan Uji Validitas Variabel X.....	38
5.28. Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel Y.....	39
5.29. Pengujian Reliabilitas (X).....	40
5.30. Pengujian Reabilitas (Y) .....	40
5.31. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	41
5.32. Pengujian normalitas.....	42
5.33. Pengujian asumsi heteroskedastisitas.....	43
5.34. Uji T .....	44
5.35. Koefisien Determinasi $R^2$ .....	45

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	shopee google playstore.....	11
Gambar 2.2	kerangka pikir.....	19



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun hasil pengamatan penulis menemukan adanya perubahan perilaku pada kalangan mahasiswi yang menggunakan situs *e-commerce Shopee*. Perubahan perilaku yang terjadi dikalangan Mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi dapat terlihat dari kebiasaan belanja Mahasiswi dan pola hidup, yang sebelumnya berbelanja secara langsung datang ke tempat penjual produk yang diinginkan, dan saat ini mereka mereka lebih banyak menggunakan jasa jual beli secara *online* dan memilih melakukan pemborosan demi sebuah keinginan. Dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui adakah dampak terpaan *Shopee* terhadap perilaku konsumtif dikalangan Mahasiswi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Berdasarkan uraian di atas yang telah dijelaskan, penulis kemudian ingin melakukan penelitian lebih dalam berkaitan dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif dikalangan mahasiswi. Kemudian penelitian ini diangkat dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul” **Dampak Terpaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau**”.

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian ini, maka perlu menjelaskan istilah yang digunakan supaya tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda.

### 1. Dampak

Dampak adalah akibat, imbas atau pengaruh yang terjadi (baik itu positif maupun negatif) dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh satu atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan tertentu. Dalam kehidupan sehari-hari dampak merupakan kata yang telah lazim digunakan dalam masyarakat luas dan familiar disemua tataran usia.<sup>3</sup>

<sup>3</sup>Wahalaheh Cristo, 2008, Hikmah Arif, 2009 . *Pengertian Tentang dampak*, Jakarta Bandung Alfabeta.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. E-commerce (shopee)

*E-commerce* adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya yang dilakukan melalui komputer pada media jaringan. Barang-barang dan jasa dipesan melalui jaringan tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman barang atau jasa dapat dilakukan diakhir atau offline.<sup>4</sup> *e-commerce Shopee* adalah aplikasi *marketplace online* untuk jual beli melalui *smartphone android* dengan mudah dan cepat. *Shopee* menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk *fashion* sampai dengan produk kebutuhan sehari-hari. *Shopee* hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja *online* tanpa harus membuka *website* melalui komputer.<sup>5</sup>

## 3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. Pengertian perilaku konsumtif tersebut sejalan dengan pendapat Dahlan yakni suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah yang berlebihan, pengguna segala hal yang dianggap paling mahal memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> <http://www.patartambunan.com/pengertian-e-commerce-manfaat-serta-keuntungan-e-commerce/>

<sup>5</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>

<sup>6</sup> Ardikawati, T, Tresna, J. *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fis Uny Pada Klinik Keantikan*, Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## C. Permasalahan

### 1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau?
2. Seberapa besarkah dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau?

### 2. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya permasalahan yang terdapat pada latar belakang ini, maka penulis perlu membatasi masalah yaitu: dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2016 yang menggunakan *e-commerce shopee* saja.

### 3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat dampak dan seberapa besarkah dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau?

## D. Tujuan dan kegunaan penelitian

### 1. Tujuan Penelitaian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Apakah terdapat dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Dakwa dan Komunikasi UIN Suska Riau?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Untuk mengetahui Seberapa besarkah dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Dakwa dan Komunikasi UIN Suska Riau?

## 2. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kegunaan akademis penelitian ini diharapkan akan memperluas pengetahuan tentang dampak terpaane-commerce *shopee* dilingkungan mahasiswi UIN Suska Riau
- b. Secara teoritis penelitian ini menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak terkait di bidang *e-commerce shopee*.
- c. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis.

## E. Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bab pendahuluan dimana dikemukakan hal-hal mengenai latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II : KAJIAN TEORI KERANGKA PIKIR

Dalam bab ini mengemukakan tentang kajian teoritis, kajian terdahulu dan konseptualisasi dan operasional.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisa data.



#### **BAB IV : GAMBARAN UMUM (Subjek Penelitian)**

#### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai seberapa besarkah dampak *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.

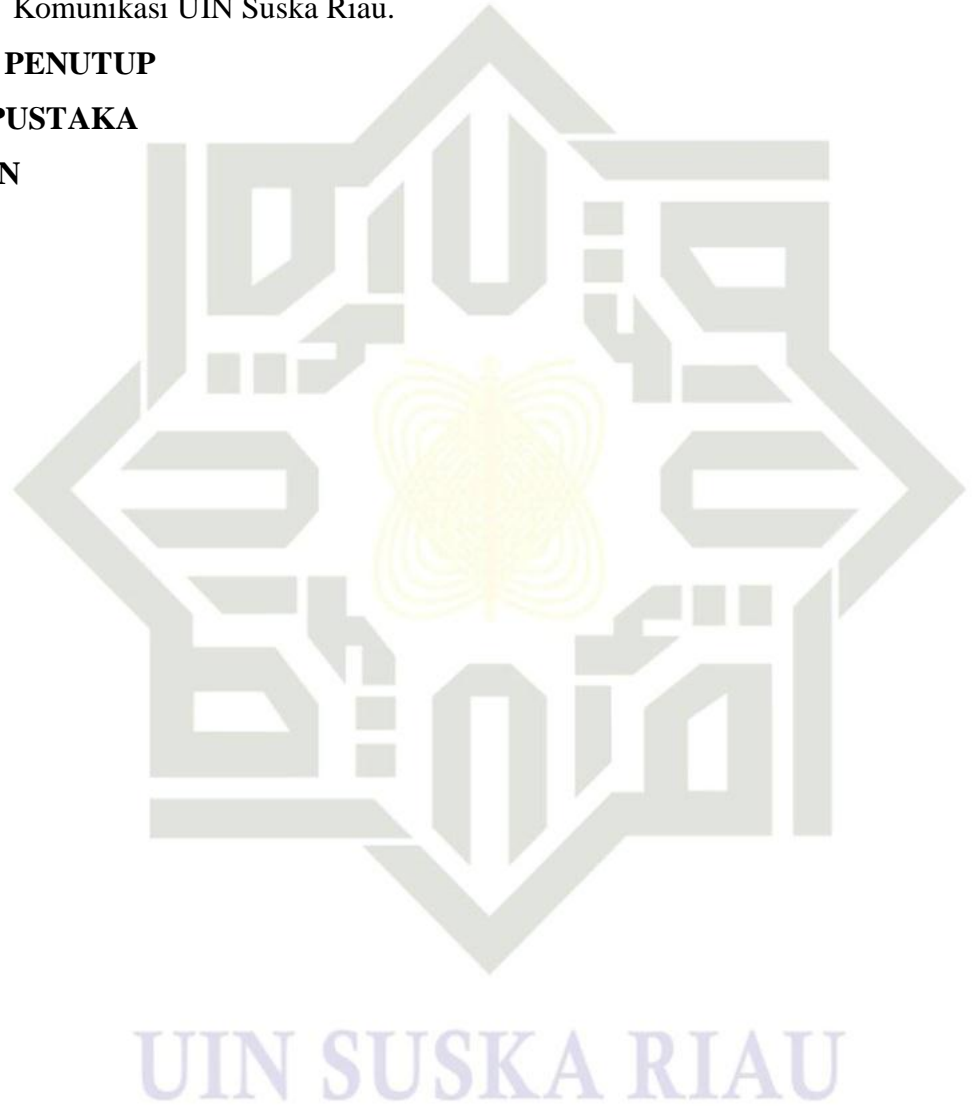
#### **BAB VI : PENUTUP**

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

#### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

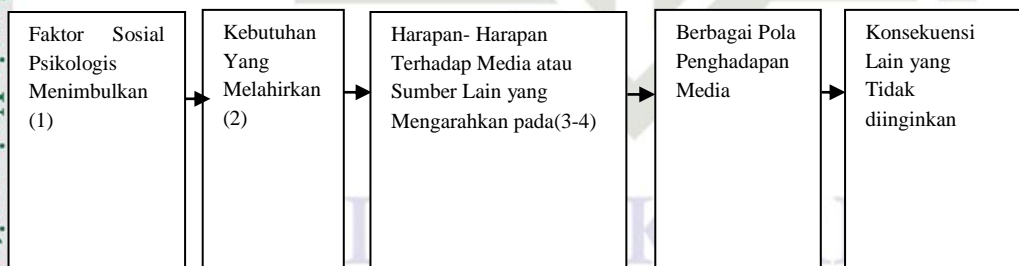
## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Teori

Teori (theory) adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena.<sup>7</sup> Kegunaan teori bagi penelitian adalah teori membimbing riset. Teori membantu periset dalam penentuan tujuan dan arah risetnya dalam memilih konsep-konsep yang tepat.

Adapun teori tersebut adalah : Teori “*uses and gratifications*” yaitu teori penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Katz menggambarkan logika yang mendasari penelitian mengenai media *uses and gratifications* sebagai berikut: (1) kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya (2) kebutuhan, yang menciptakan (3) harapan-harapan terhadap (4) media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada (5) perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya akan menghasilkan (6) pemenuhan kebutuhan dan (7) konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya.<sup>8</sup> Model *Uses and Gratification* dapat digambarkan sebagai berikut:

gambar 1 “**Bagan Model “Uses and Gratification”**”



Dengan menggunakan model ini, penulis berusaha menemukan hubungan antara variabel-variabel yang diukur. Dengan cara melihat teori

<sup>7</sup> West, R, Turner, L, H. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Jakarta : Salemba Humanika, 2013.

<sup>8</sup> Sedjaja, S, D. *teori komunikasi*, (Jakarta: universitas terbuka, 1994).

komunikasi massa melihat audiens dari proses komunikasi massa sebagai manusia yang aktif, selektif dan memiliki tujuan tertentu terkait terpaan media kepadanya.

Semua efek ini mengakibatkan perubahan sikap tertentu yang berakhir pada keputusan pembelian. Terpaan terhadap informasi sangat penting untuk interpretasi konsumen, konsumen terekspos pada informasi dalam lingkungannya seperti strategi pemasaran. Konsumen diekspos terhadap informasi pemasaran sejalan dengan keinginan dan perilaku mencari berdasarkan tujuan mereka. Semakin tinggi khalayak menerima terpaan iklan Shopee maka diharapkan semakin tinggi pula minat untuk bertransaksi secara online di Shopee. Sebagaimana sering kali ditunjukkan saat bertanya kepada teman dan keluarga sebelum mereka memutuskan untuk membeli.<sup>9</sup> Adapun beberapa faktor orang menggunakan *shopee* sebagai media belanja *online* berdasarkan iklan meliputi:

a) Gerakan

Sesuatu yang bersifat visual yang menarik perhatian individu karena adanya objek yang bergerak, dalam konteks periklanan, seseorang senang melihat dalam huruf *display* yang bergerak menampilkan nama produk yang diiklankan.

b) Intensitas stimuli

Stimuli yang bersifat menonjol dibanding stimuli lainnya dapat menarik perhatian. Contohnya warna oren yang identik di tengah-tengah produk kecil.

c) Kebaruan (*novelty*)

Sesuatu yang bersifat baru, luar biasa, berbeda dibandingkan yang lainnya dapat menarik perhatian. Dalam konteks periklanan, pengiklan sering memanipulasikan unsur kebaruan dengan menonjolkan yang luar biasa dari produknya kepada konsumen potensialnya.

<sup>9</sup> Hensopon, Danupol dan Wilert Puriwat. 2016. The Effect of Reference Groups on Purchase Attention: Evidence in Distinct Types of Shoppers and Product Involvement.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### d) Perulangan

Sesuatu yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi dapat menarik perhatian. Perulangan mengandung unsur sugesti yang dapat mempengaruhi bawah sadar kita. Dalam konteks periklanan, pengiklan sering mempopulerkan produk dengan mengulang slogan jingles, model iklan.<sup>10</sup>

### 1. Definisi *E-Commerce*

*E-commerce* adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya yang dilakukan melalui komputer pada media jaringan. Barang-barang dan jasa dipesan melalui jaringan tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman barang atau jasa dapat dilakukan diakhir atau *offline*.<sup>11</sup> Saat ini salah satu *e-commerce* yang sedang berkembang pesat di Indonesia ialah *Shopee*. *Shopee* ialah *platform* belanja berbasis *online* yang menyediakan beragam macam produk penjualan mulai dari elektronik, perlengkapan rumah tangga, pakaian, aksesoris hingga *fashion*.

Selain menyediakan berbagai macam produk, keunggulan yang lain dari *Shopee* yakni pembeli dapat mengembalikan barang atau dana apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diinginkan. Pengguna juga dapat menemukan barang dengan mudah pada kolom pencarian hanya dengan memasukkan gambar barang yang sedang dicari, dan *shopee* juga menyediakan fitur gratis ongkir untuk pengiriman barang. Dengan menduduki urutan keempat pada kategori pencarian *e-commerce* yang paling diminati oleh pengguna dalam Top 40 *e-commerce* dengan jumlah 34.510.800 pengunjung

<sup>10</sup> Rahmat, J. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya. Hal 52

<sup>11</sup> Vianita, F.A., *Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee indonesia pada mahasiswa FE UII pengguna shopee*, universitas islam indonesia fakultas ekonomi, 2018.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang meminumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

setiap bulannya.<sup>12</sup> *E-commerce* shopee merupakan aplikasi media *online*, media *online* pada dasarnya merupakan tipe baru jurnalisme, karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan berbagai macam tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan beritanya kepada komunikannya. Terdapat lima perbedaan utama antara media massa *online* dan media massa tradisional dan sekaligus menjadi karakteristik media masa *online* yang antara lain:

1. Kemampuan internet untuk mengkombinasikan sejumlah
2. Media Kurangnya tirani penulis dalam membaca
3. Tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak
4. Internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung
5. Kecepatannya secara keseluruhan yang sangat menarik sekaligus menakutkan atau berpotensi disalah gunakan.<sup>13</sup>

Kelebihan dari pelayanan yang diberikan *Shopee* adalah pencapaian *Shopee* yang berhasil dari tiga komitmen utama yang terus dikedepankan *Shopee*, meliputi garansi *Shopee*, gratis biaya pengiriman, dan garansi harga termurah. Dengan banyaknya kelebihan dan keunggulan *shopee* membuat banyaknya masyarakat tertarik untuk melakukan transaksi secara *online*, hal ini memicu perubahan perilaku yang terjadi dikalangan masyarakat, adanya perubahan perilaku terhadap masyarakat tersebut mengarah kepada tingkat kepercayaan dan perilaku gemar berbelanja *online* ataupun perilaku konsumtif.<sup>14</sup> Selain itu *e-commerce shopee* juga memberikan iklan yang terbaik dan menarik. Seperti pada gambar berikut ini:

<sup>12</sup> Pambada, Adjie. (2015). *Shopee Berambisi Jadi Pemimpin Mobile Marketplace C2C di Indonesia* [online]. Tersedia: <https://dailysocial.id/post/shopee-berambisi-jadi-pemimpin-mobile-marketplace-c2c-indonesia/> [1 Februari 2016]

<sup>13</sup> *Ibid.* Hal. 137

<sup>14</sup> Situs [shopee.co.id](https://shopee.co.id) diakses pada tanggal 28 Desember 2018 pada pukul 10:24

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1 Sumber : google playstore

Dari iklan tersebut dampak bagi *shopee* dalam waktu yang relatif singkat sejak berdirinya *shopee* pada tahun 2015 sudah menunjukkan adanya peningkatan pengguna dan unduhan *Shopee*. Berdasarkan situs berita *online* *viva.co.id*, pada tahun awal peluncurannya pengguna *Shopee* hanya berjumlah sebesar 1,4 juta orang dan saat ini pada tahun 2019 berdasarkan layanan konten digital milik *google* yaitu *Google Play Store* jumlah pengguna *shopee* sudah mencapai 50 juta pengguna dan pengunduh, tingginya intensitas dan frekuensi iklan *shopee* berpotensi mempengaruhi khalayak.

## 2. Perilaku Konsumtif

Aspek perilaku pembelian yang berlebihan dari seseorang sebagai pola hidup dengan keinginan untuk membeli produk-produk yang tidak diperlukan dengan perasaan tidak puas selalu menyertai bila produk-produk yang diinginkan belum dimiliki seseorang. Perilaku pembelian konsumtif ditunjukkan apabila seseorang berpola konsumsi terhadap suatu produk yang sebenarnya tidak diperlukan.<sup>15</sup> Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti

<sup>15</sup> Sumatono 2012. Terperangkap iklan; *Meneropong Imbas Pesan Iklan di Televisi*. Bandung. Alfabeta. Hal. 47

ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan.<sup>16</sup>

Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan. Sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang begitu mudah melakukan pengeluaran untuk macam-macam keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok sendirinya. Adapun indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

1. Pembelian yang impulsive. Yaitu pembelian yang refleksi (tanpa dipikirkan terlebih dahulu), sehingga akibatnya akan kesulitan menahan niat untuk membeli. Indikator implusif sebagai berikut:
  - a) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya). Konsumen saat ini cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kesenangan akan hidup mewah sehingga cenderung membeli barang-barang yang dianggap dan terlihat mewah atau glamor. contohnya membeli barang dengan harga mahal untuk mencirikan kelas tertentu didalam masyarakat.
  - b) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen cenderung menggunakan dua produk sejenis dengan merek yang berbeda sebagai upaya perbandingan produk.
2. Pembelian yang rasional. Yaitu pembelian yang tidak menggunakan pemikiran. Indikator pembelian tidak rasional meliputi:
  - a) Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli suatu produk yang dikemas secara menarik dan berkesan, artinya motivasi untuk membeli produk bukan karena fungsi produk melainkan karena bungkusannya

<sup>16</sup> Lestari, S. 2006. *Hubungan Antara Harga Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Fashion pada Remaja Putri*. Skripsi (Tidak diterbitkan). Surakarta.: Fakultas Psikologi UMS.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tampilannya menarik. Contohnya membeli produk karena kemasannya menarik atau lucu.

- b) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status, konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dari berpakaian, berdandan, gaya dan sebagainya, sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang tinggi.
3. Pembelian yang bersifat pemborosan. Yaitu perilaku membeli yang menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.
    - a) Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
    - b) Membeli produk karena kemasannya menarik. Individu sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.
    - c) Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi. Individu mempunyai keinginan yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
    - d) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya). Individu cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
    - e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Individu mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang meminumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan member kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

- f) Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya.
- g) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Individu sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Individu akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.<sup>17</sup>

### 3. Mahasiswi

Mahasiswa atau Mahasiswi adalah mereka yang sedang belajar di perguruan tinggi. Mahasiswi dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Umumnya mahasiswi berada pada tahapan remaja akhir, yaitu berusia 18–21 tahun, Mahasiswi yang dimaksud disini ialah mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi Uin Suska Riau angkatan 2016. Mahasiswi dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap

<sup>17</sup><https://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/23554/Chapter%20II.pdf;jsessionid=225C90E31250DC5B3AB7F90878386C6B?sequence=3>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Mahasiswa adalah manusia yang tercipta untuk selalu berpikir yang saling melengkapi.<sup>18</sup> Mahasiswa adalah individu yang belajar dan menekuni disiplin ilmu yang ditempuhnya secara mantap, dimana didalam menjalani serangkaian kuliah itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan mahasiswa itu sendiri, karena padakenyataannya diantara mahasiswa ada yang sudah bekerja atau disibukan oleh kegiatan organisasi kemahasiswaan.<sup>19</sup>

## B. Kajian Terdahulu

Penelitian oleh Ainun Mardiah Universitas Sultan Syarif Kasim Riau (2017). dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat muslim menjelang idul fitri*”. Masalah yaitu “Faktor-faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat muslim menjelang idul fitri”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penentuan sample dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa data menggunakan analisis linier berganda. dengan populasi sebanyak 100 orang, sedangkan sample dalam penelitian ini sebanyak 100 Orang responden. Teknik pengambilan data dilakukan dengan observasi dan koesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat faktor internal dan eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim di Kota Pekanbaru menunjukkan bahwa F-hitung adalah 74,68 dengan signifikan 0.000. Sementara itu diperoleh nilai F-tabel untuk  $\alpha = 0,05$  sebesar 3,08. Hasil penelitian menunjukkan Faktor internal dan faktor eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim di Kota Pekanbaru. Artinya ada Faktor dominan yang secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat muslim di Kota Pekanbaru adalah faktor internal.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Siswoyo, Dwi dkk. 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press

<sup>19</sup> Canda, Yahya. (2004). *Petunjuk Praktis Cara Mahasiswa Belajar di Perguruan Tinggi*. Jakarta: Grafindo.

<sup>20</sup> Mardiah, A. *Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru*, Fakultas Ekonomi dan Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2017.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Penelitian oleh Daniella Putri Islamy Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (2015). Dengan judul “*Pengaruh Online Shop pada Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan 1 Bumi Semprong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan*”. Masalah yaitu “Pengaruh Online Shop pada Media Sosial Instagram terhadap perilaku konsumtif”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Dengan populasi sample 109 orang responden. Hasil penelitian dan hasil uji t (*parsial*) menunjukkan variabel frekuensi terpaan, selective attention, motif informasi, motif identitas pribadi, motif hiburan pendapat dan pembujukan, kepercayaan, dan kepribadian dan penyesuaian diri berpengaruh positif terhadap siswa-siswi, tetapi variabel motif interaksi sosial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif Siswa-siswi. Sedangkan koefisien determinasi yang telah disesuaikan (R Square) sebesar 0,162 artinya frekuensi terpaan, selective attention, motif informasi, motif identitas pribadi, motif interaksi sosial, motif hiburan, pendapat dan pembujukan, kepercayaan, dan kepribadian dan penyesuaian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Siswa-siswi sebesar 16,2% dan sisanya 83,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Artinya ada pengaruh online shop pada instagram terhadap perilaku konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan 1 Bumi Semprong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan<sup>21</sup>

Penelitian oleh Raafa Zaahirah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (2018). Dengan judul “*Pengaruh Terpaan E-commerces Shopee Terhadap Konformitas Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*”. Masalah yaitu “Bagaimana Pengaruh Terpaan Iklan E-commerce shopee terhadap konformitas Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta”. Penelitian ini menggunakan paradigma *positivistic* dengan pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan adalah survei. Teknik sampling yang

<sup>21</sup> Islamy, D.P. *Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Smp Islam Cikal Harapan 1 Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden 223 orang. Hasil penelitian ini adalah: ( 1 ) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel terpaan iklan *Shopee* yang meliputi frekuensi, intensitas dan durasi terhadap variabel perilaku konformitas dengan nilai F hitung 6.470 ( 2 ) faktor dominan yang mempengaruhi perilaku konformitas mahasiswa adalah kepercayaan terhadap diri sendiri dengan nilai rata-rata sebesar 845,66. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan Terpaan *E-commerce Shopee* Terhadap Konformitas Mahasiswa Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta.<sup>22</sup>

Penelitian oleh Muhamad Levandi Universitas Sumatra Utara (2018). Dengan judul “*Persepsi Konsumen dan Pengolahan Terhadap Niat Beli Menggunakan E-commerce*”. Masalah yaitu “Mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi konsumen dan pengolahan informasi terhadap niat beli menggunakan *e-commerce* pada pengguna *shopee.com* kota Medan”. Penelitian ini menggunakan 96 responden sebagai sampel penelitian dan teknik penentuan sampel menggunakan metode *probability sampling*, Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif. Hasil penelitian  $Y = 0,442 + 0,502 X_1 + 0,285 X_2$  Dimana variabel niat beli (Y), persepsi konsumen (X1), pengolahan informasi (X2).. Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang terlihat pada *R Square* sebesar 0,273 menunjukkan bahwa 27,3% niat beli menggunakan *e-commerce* pada pengguna *shopee.com* kota Medan dapat dijelaskan oleh variabel persepsi konsumen dan pengolahan informasi sisanya 72,7% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini. Artinya pengujian hipotesis uji-t dan uji F menunjukkan bahwa persepsi konsumen dan pengolahan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli<sup>23</sup>

<sup>22</sup>Zaharah, R. *Pengaruh Terpaan E-commerces Shopee Terhadap Konformitas Mahasiswa Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta*, Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.

<sup>23</sup>Levandi, M. *Persepsi Konsumen dan Pengolahan Terhadap Niat Beli Menggunakan E-commerce*, Universitas Sumatra Utara, 2018.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang meminumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Penelitian oleh Rifqi Nugroho Adi Universitas Diponegoro ( 2013 ). Dengan judul “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order Secara Online*”. Masalah yaitu “*Penelitian ini disebabkan oleh mengapa konsumen ingin membeli produk dengan sistem pre order secara online*”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada *online shop* Chopper Jersey. 200 responden yang diambil sebagai sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan struktural dengan 16,0 Amos Program. Kemenaikan *posting messages* berdampak positif pada minat beli. Kepercayaan berdampak positif terhadap minat beli. Reputasi berdampak positif terhadap minat beli dan minat beli berdampak positif terhadap keputusan pembelian online. Artinya hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berdampak positif terhadap minat beli<sup>24</sup>.

### C. Kerangka Pikir

Kemudahan yang ditawarkan dalam membeli pada *e-commerce* menjadi salah satu nilai tambahan yang menyebabkan seseorang semakin mudah terbuju membeli secara *online* yang ada pada media sosial yang mereka gunakan. Hadirnya *e-commerce* shopee yang menampilkan promosi dalam bentuk diskon dengan menawarkan berbagai kemudahan seperti gratis ongkos kirim, kecepatan bertransaksi dengan layanan cepat tanggap (*fast response*), jaminan uang kembali, produk yang dijual adalah produk baru, layanan bayaran ditempat atau COD (*cash on delivery*) menjadikan *e-commerce* shopee semakin dinikmati.

Hal ini lah yang membuat seseorang seringkali terjadi adanya perilaku membeli, mereka membeli bukan karena kebutuhan tetapi untuk kesenangan semata, yang akhirnya membeli produk hanya untuk menjaga simbol sosial yang akhirnya terjadinya perilaku konsumtif. Untuk memudahkan dalam

<sup>24</sup> Ari, R, N. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order Secara Online*, Universitas Diponegoro, 2013.

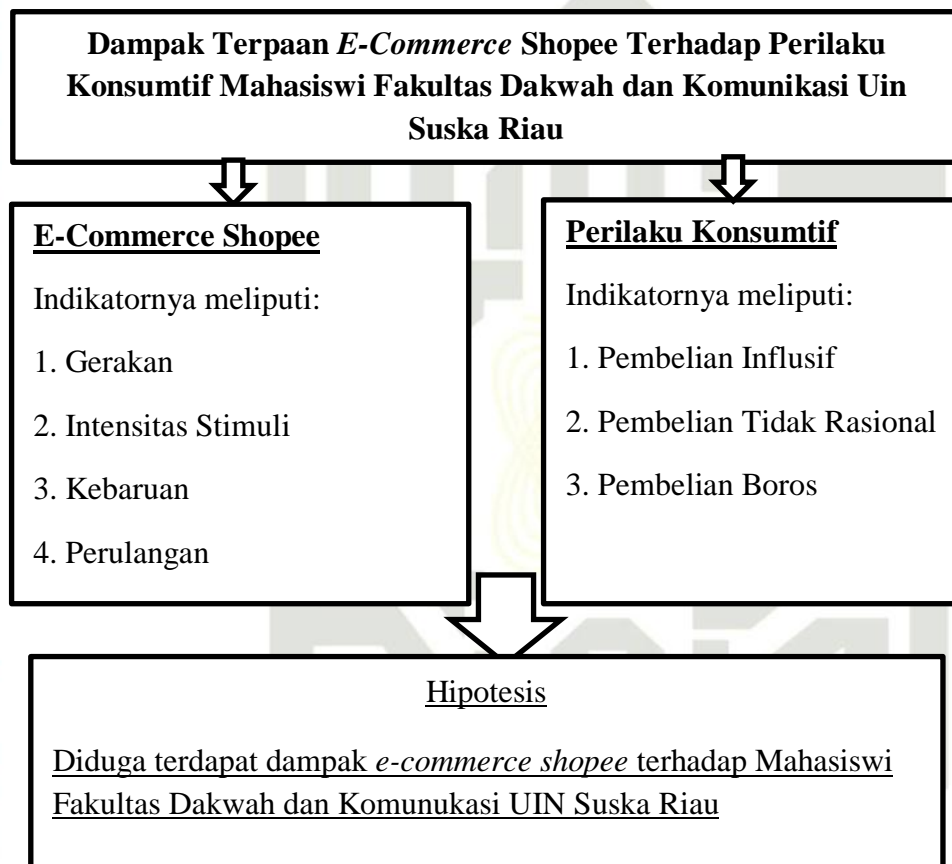
#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan penelitian ini, penulis merasa perlu untuk melakukan penjabaran konsep teoritis kedalam konsep operasional. Konsep operasional ini akan menjelaskan variabel yang akan disajikan sebagai tolak ukur dalam penelitian, variabel X dampak *e-commerce shopee* dan variabel Y perilaku konsumtif terhadap mahasiswi, maka dalam hal ini dapat di ukur dengan indikator-indikator X dan Y sebagai berikut:



**Gambar 2.2 Kerangka Pikir**

#### D. Hipotesis

Hipotesis pada hakikatnya adalah suatu pernyataan yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang telah dirumuskan. Hipotesis terdiri dari dua penggalan kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* artinya di bawah, lemah, atau kurang, sedangkan *thesis* artinya proposisi atau pernyataan yang disajikan sebagai bukti. Hipotesis statistic adalah pernyataan mengenai keadaan populasi yang masih bersifat sementara. Hipotesis statistic harus diuji

untuk dapat diterima atau di tolak, karena itu harus berbentuk kuantitatif (dinyatakan dalam bentuk angka-angka).

Hipotesis statistik dapat berbentuk nilai suatu variabel, seperti binomial, poisson, dan normal, atau berbentuk nilai suatu parameter, seperti rata-rata, varians, simpangan baku, dan proporsi. Pengujian hipotesis statistik dilakukan melalui suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu menerima atau menolak hipotesis tersebut, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga akan menimbulkan risiko yang dinyatakan dalam bentuk probabilitas.<sup>25</sup> Untuk mengukur seberapa besar dampak terpaan *e-commerce* shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswi jurusan ilmu komunikasi fakultas dakwah dan komunikasi uin suska riau, didapatkan hipotesis sebagai berikut:

Maka,

Ha: Ada dampak yang signifikan antara dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska Riau.

Ho: Tidak ada dampak yang signifikan antara dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska Riau.

Maka dugaan penulis di lapangan diduga adanya dampak *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Suska Riau, hal ini dapat dilihat dari pola hidup dan keseimbangan berbelanja online yang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan.

<sup>25</sup> Saen, S, Heriyanto, Y. *Pengantar statistika sosial*. Jakarta: IN MEDIA, 2013.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### E. Konsep Operasional

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya.

Dampak Terpaan *E-Commerce Shopee* variabel bebas (Variabel X) dan perilaku konsumtif variabel tetap (variabel Y ), operasional dapat dilihat di tabel berikut:

<u>Variabel</u>	<u>Indikator</u>	<u>Skala</u>
Dampak Terpaan <i>E-Commerce Shopee</i> Variabel Bebas (Variabel X)	1. Gerakan 2. Intensitas Stimuli 3. Kebaruan 4. Perulangan	Likert
Perilaku Konsumtif Variabel Tetap (Variabel Y ),	1. Pembelian Inklusif 2. Pembelian Tidak Rasional 3. Pembelian Boros	Likert

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang meminumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Riset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Penelitian ini menggunakan kuantitatif deskriptif yaitu bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu. Kemudian menarik kesimpulan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi apapun variabel tertentu.<sup>26</sup>

### B. Tempat dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau pada bulan September sampai Oktober 2019.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi bersangkutan. Proses meneliti setiap anggota populasi ini dinamakan sensus. Namun demikian, sering kali meneliti setiap anggota populasi tidak dapat dilakukan karena keterbatasan waktu dan biaya.<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Buhin, B. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (format –format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan public, komunikasi, manajemen, dan pemasaran)*. Jakarta: Prenada Media Group. 2013,

<sup>27</sup> Yusuf, M. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana. 2014.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam hal ini, penulis mengambil keseluruhan Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2016, yang menggunakan *e-commerce shopee* saja, jumlah populasi sebanyak 196 mahasiswi (perempuan). Selanjutnya pengambilan sampel dilakukan dengan metode sampling berstrata (*Stratified Sampling*) yaitu populasi yang dikelompokkan kedalam kelompok atau kategori yang disebut strata. Strata tersebut bisa berupa usia, kota, jenis kelamin, agama, tingkat penghasilan dan sebagainya.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan di atas merupakan dua kata kunci dan merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya. Pengambilan sampel menggunakan Area sampling digunakan dimana populasi yang berada di daerah besar dibagi dalam beberapa area yang lebih kecil yang jelas batas-batasannya.<sup>28</sup> Teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang diteliti sangat luas. Kemudian pengambilan sampel juga menggunakan Random Sampling. Dalam menentukan ukuran sampel (*sample size*) dapat digunakan berbagai rumus statistik, sehingga sampel yang diambil dari populasi itu benar-benar memenuhi persyaratan tingkat kepercayaan yang dapat diterima dan kadar kesalahan sampel (*sampling errors*) yang mungkin diteloransi.

Dalam penelitian ini populasi sebanyak 196 mahasiswi, maka sampel yang diambil sebesar 66 sampel. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

<sup>28</sup> Kiyantono, R. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, KencanaPraneda Media Group, Jakarta, 2006.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$e$  = kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 2%, kemudian  $e$  ini di kuadratkan. Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10%. Peneliti mengambil batas kesalahan yang ditolerir adalah 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = 196 / (1 + 196 \cdot (10\%)^2)$$

$$n = 196 / (1 + 196 \cdot (0,1)^2)$$

$$n = 196 / (1 + 196 \cdot 0,01)$$

$$n = 196 / (1 + 1,96)$$

$$n = 196 / (2,96)$$

$$n = 66,216 \text{ (digenapkan menjadi 66 responden).}$$

**D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

**1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan hal penting yang tidak kalah pentingnya dengan merumuskan pertanyaan dalam kuesioner. Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska Riau angkatan 2016, yang menjadi tujuan penelitian untuk mengungkapkan data tentang identitas responden dan seberapabesarkah dampak *E-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif responden tersebut. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.<sup>29</sup>

<sup>29</sup>Kiyantono, R. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, KencanaPraneda Media Group, Jakarta, 2006. Hal 97

Angket yang digunakan merupakan tes skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Objek sikap biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti. Indikator-indikator dari setiap variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan yang harus diisi responden. Setiap pertanyaan dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkap dengan kata-kata: Sangat Setuju (SS); Setuju (S); Netral (N); Tidak Setuju (TS); Sangat Tidak Setuju (STS) atau Sangat Puas; Puas; Cukup Puas; Tidak Puas; Sangat Tidak Puas atau Sangat Baik; Baik; Sedang; Buruk; Sangat Buruk, dan lainnya tergantung indikator penelitian.<sup>30</sup>

## 2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti.<sup>31</sup>

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial dan mengumpulkan data sekunder yang berhubungan dengan jumlah mahasiswa jurusan ilmu komunikasi serta hal lain yang berhubungan dengan penelitian ini.<sup>32</sup>

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas berguna untuk pengumpulan data adalah alat bantu dalam mengukur data. Agar data yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan tujuan riset, dengan kata lain agar data yang terkumpul valid.

<sup>30</sup> Achmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prana Media Group, Jakarta, 2006. Hal 110

<sup>31</sup> Yusuf, M. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana. 2014. Hlm 110

<sup>32</sup> *Id.*, 120



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1. Validitas Data

Validitas merupakan ukuran sejauh mana ketepatan dan kecermatan kuesioner untuk menggali informasi yang dibutuhkan. Ketepatan uji dilakukan mengkorelasi masing-masing skor variabel. Bila variabel mempunyai hubungan signifikan dengan totalnya, maka variabel tersebut dikatakan valid. Sedangkan bila ada satu variabel yang tidak mempunyai hubungan dengan totalnya, maka variabel tersebut dikatakan tidak valid. Untuk melakukan uji validitas metode yang dilakukan adalah dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan dengan menggunakan rumus uji t.

Pengujian signifikansi koefisien korelasi, selain dapat menggunakan tabel, juga dapat dihitung dengan uji t yang rumusnya adalah :<sup>33</sup>

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Harga t yang diperoleh dari perhitungan rumus di atas dibandingkan dengan harga t tabel dengan menentukan tingkat signifikansi uji dua pihak dan derajat kebebasan (n-2). Jika harga t terhitung > dari t tabel maka  $H_0$  ditolak (berarti ada hubungan yang signifikan).

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama.<sup>34</sup> Analisis reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keakuratan dan prediksi jawaban dari suatu pertanyaan. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas akan dilakukan dengan metode *Alpha-Cronbach*.

<sup>33</sup> Kiyantono, R. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Pranada Media Group, Jakarta, 200. Hal

17

<sup>34</sup> Umar, H. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Gramedia Pustaka

Utama, Jakarta, 2002. Hal 99

## F. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini merupakan analisa kuantitatif, yaitu *Regresi Linear Sederhana* jika terdapat dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y sedangkan nilai-nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu.

Nilai a dihitung dengan rumus :<sup>35</sup>

$$\frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

n = banyaknya pasangan data

$\sum X_i$  = jumlah data variabel independen

$\sum Y_i$  = jumlah data variabel dependen

$\sum X_i \sum Y_i$  = jumlah perkalian variabel independen dan dependen

Rumus:

$$Y = \alpha + bX$$

Dimana:

Y: Variabel tidak bebas (subjek dalam variabel tak bebas/dependen yang diprediksi)

X: Variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)

a: Nilai Intercept (konstan) atau harga Y bila X = 0

<sup>35</sup>Kayantono, R. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Pranedha Media Group, Jakarta, 200. Hal

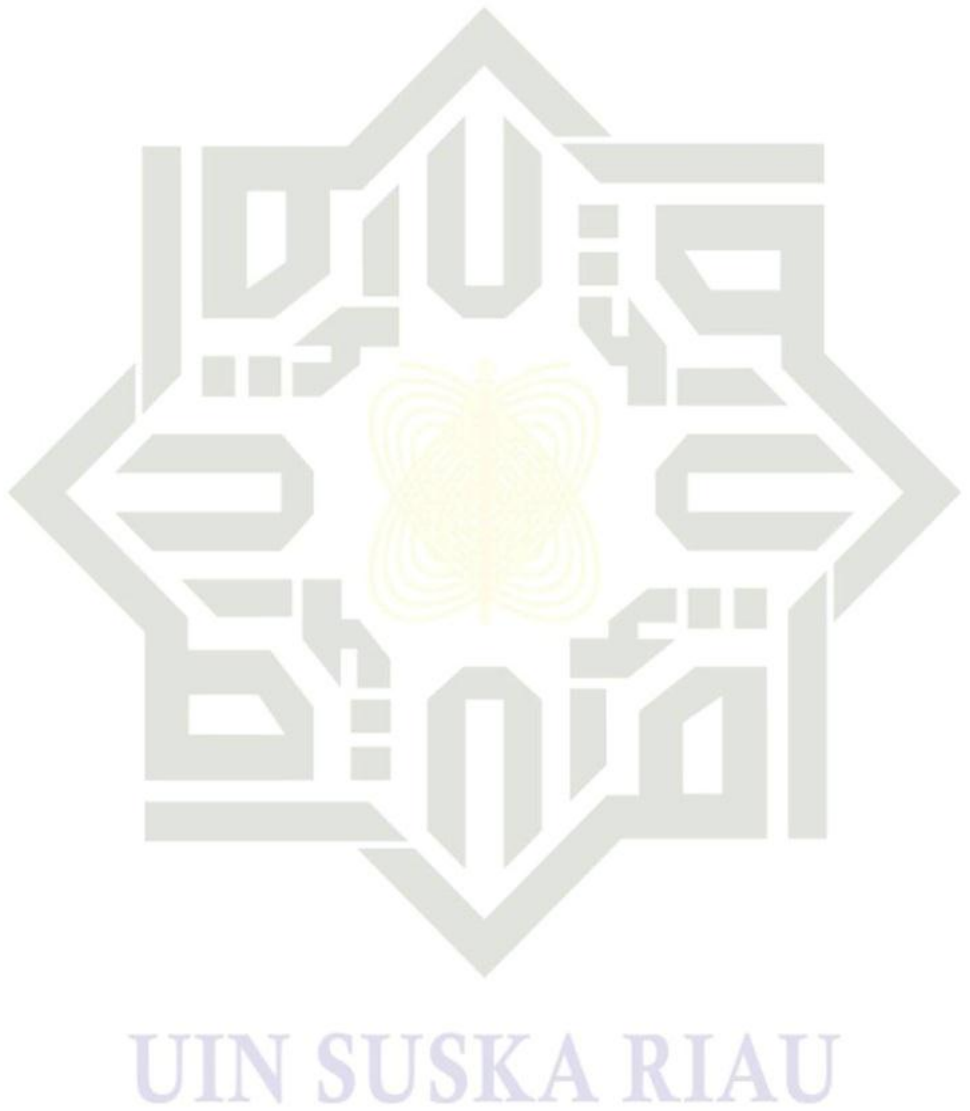
Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik, bila  $b (-)$  maka terjadi penurunan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
Satat Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

### A. Sejarah dan Perkembangan UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang di singkat dengan UIN SUSKA Riau pada awal berdirinya bernama Institut Agama Negeri atau IAIN Sultan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan peraturan Presiden RI nomor 2 tahun 2005 tanggal 4 januari 2005 tentang perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 february 2005 oleh presiden RI, bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono. UIN Suska Riau didirikan pada tanggal 19 september 1970 berdasarkan surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia, K. H. Ahmad Dahlan pada tanggal 19 september 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan rektor yang pertama, Prof. H. Ilyas Muhammad Ali.<sup>36</sup>

IAIN Susqa ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dan Perguruan Tinggi Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah di Universitas Islam Riau Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuludin di Masjid Agung An-Nur Pekanbaru. Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, maka IAIN Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu nama sulthan Kerajaan Siak Sri Indrapura yang ke-12 atau Sulthan yang terakhir di kerajaan tersebut, dan juga nama pejuang nasional asal Provinsi Riau. Pengambilan nama tersebut untuk mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk dalam bidang pendidikan.<sup>37</sup>

Pada mulanya, IAIN Susqa Pekanbaru Riau ini mengambil tempat di bekas sekolah Cina Jl. Cempaka, yang sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke Masjid Agung an-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN Susqa menempati kampus di Jl. Pelajar (Jl. KH. Ahmad Dahlan sekarang).

<sup>36</sup> Panduan dan Informasi Akademik 2014/2015 UIN Sultan Syarif Kasim Riau, (Pekanbaru: Departemen Agama, 2014).

<sup>37</sup> Ibid

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bangunan pertama seluas 840 m<sup>2</sup> yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973.<sup>38</sup>

Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri dari tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah dan Fakultas Ushuludin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan surat keputusan Menteri Agama Republik Indonesia no. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Februari 1998. Fakultas ini mulanya berasal dari jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuludin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pscasarjana/PPs SUSQA Pekanbaru.<sup>39</sup>

Keinginan untuk memperluas bidang kajian di IAIN Susqa Pekanbaru muncul melalui Seminar Cendikiawan Muslim tahun 1985, Seminar Budaya Kerja dalam Perspektif Islam tahun 1987, dan dialog ulama serta cendikiawan se-Provinsi Riau. Tiga tahun berturut-turut yaitu tahun 1996,1997,dan 1998 melahirkan rekomendasi agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru program studi baru (umum). Melalui keputusan rapat senat IAIN Susqa tanggal 9 september 1998 yang menetapkan perubahan status IAIN Susqa menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, maka dilakukan persiapan secara bertahap. Mulai pada tahun akademik 1998/1999 telah dibuka beberapa program studi umum pada beberapa fakultas , seperti program Studi Psikologi pada Fakultas Tarbiyah, Program Studi Manajemen dan Manajemen perusahaan pada Fakultas Syariah, dan Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah. Pada tahun akademik 1999/2000 IAIN Susqa pekanbaru membuka pula Program Studi Teknik Informatika. Satu tahun kemudian, tepatnya tahun akademik 2000/2001 di buka pula Program Studi Teknik Industri. Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan di bawah administrasi Fakultas Dakwah.<sup>40</sup>

<sup>38</sup> Ibid

<sup>39</sup> Ibid

<sup>40</sup> Ibid



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada tahun akademik 2002/2003 program sumum yang ada pada Fakultas di atas dan di tambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi Fakultas yang berdiri sendiri. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas sains dan Teknologi dengan Jurusan/Program Studi Teknik Informatika, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Matematika; Fakultas Psikologi dengan Jurusan/Program Studi Psikologi; Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Program Studi Manajemen, Akuntansi, dan Manajemen Perusahaan Diploma III; Fakultas Peternakan dengan Program Studi Ilmu Ternak, dan Teknologi Pakan dan Nutrisi.<sup>41</sup>

Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN Suska Riau telah mempunyai 8 Fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Fakultas Peternakan.<sup>42</sup>

Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan dan menerapkan ilmu keislaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara integral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu keislaman dan ilmu umum.

Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik saja, tapi juga diarahkan pada pengembangan fisik, sarana, dan prasarana. Dewasa ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. H.R. Soebrantas Simpang baru Panam Pekanbaru.<sup>43</sup>

Lahan kampus yang ada di Km. 15 Jl. H.R. Soebrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 yang pada mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003-2006 menjadi 80,50 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik dilahan ini telah dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.760 m<sup>2</sup> untuk 70 lokal ruang kuliah.<sup>44</sup>

<sup>41</sup> *Ibid*

<sup>42</sup> *Ibid*

<sup>43</sup> *Ibid*

<sup>44</sup> *Ibid*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sesuai dengan peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau memiliki 8 Fakultas, yaitu : Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan.<sup>45</sup>

Sejak berdirinya, IAIN Susqa sampai menjadi UIN Suska hingga sekarang ini telah beberapa kali mengalami pergantian pimpinan, sebagai berikut.

1. Prof. H. Ilyas Muhammad Ali (1970-1975)
2. Drs. H. A. Moerad Oesman (1975-1979)
3. Drs. Soewarno Ahmady (1979-1987)
4. Drs. H. Yusuf Rahman, MA (1987-1996)
5. Prof. Dr. H. Amir Luthi (1996-2000)
6. Prof. Dr. H. Amir Luthi (2000-2005)
7. Prof. Dr. H. M. Nazir (2005-2010)
8. Prof. Dr. H. M. Nazir (2010-2014)
9. Prof. Dr. H. Munzir Hitami (2014-2018)<sup>46</sup>

## B. Sejarah Perkembangan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

### Sejarah Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Fakultas dakwah yang ada saat ini, pada mulanya merupakan salah satu program studi atau jurusan pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1995-1996, jurusan Dakwah dikembangkan menjadi dua jurusan yaitu jurusan BPI (Bimbingan Penyuluhan Islam) dan PMI (Pengembangan Masyarakat Islam). Pada tahun 1995-1997 yang merupakan tahun pertama keberadaan dua jurusan ini cukup diminati. Hal ini terbukti pada

<sup>45</sup> *Ibid*

<sup>46</sup> *Ibid*

penerimaan mahasiswa tahun perdana mampu mencapai 45 orang untuk jurusan BPI, sedangkan untuk jurusan PMI berjumlah 43 orang.

Penjajakan tersebut menghasilkan kesepakatan kerjasama antara Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Padjajaran Bandung, yang direalisasikan dengan MoU pada bulan januari tahun 1998. Sebagai tindak lanjut dari MoU tersebut, disepakati pembukaan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Program Studi Diploma Tiga (D3) Pres dan Grafika, sebagai pelengkap jurusan PMI dan BPI yang telah ada sebelumnya. Dengan dikeluarkannya surat keputusan Menteri Agama RI No. 103 Tahun 1998, maka secara de jure Fakultas Dakwah baru terealisasi pada bulan september 1998. Pada strata satu (S1), yaitu jurusan Pengembangan Masyarakat islam (PMI), Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI), dan jurusan Ilmu Komunikasi, serta satu program D3 Pers dan Grafika.

## 2. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Visi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, sebagai lembaga utama untuk memajukan, mengembangkan dan menerapkan ilmu-ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi melalui pendidikan, pengajaran, pengkajian, serta pelayanan kepada masyarakat.

Misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, mewujudkan sumber daya manusia yang bermutu, yang mampu mengembangkan, memajukan dan menerapkan komunikasi secara akademik dan profesional dalam rangka penyiaran islam. Mewujudkan sumber daya manusia yang bermoral islam, serta profesional dalam bidang komunikasi untuk kepentingan dakwah islamiah.

### Kompetensi Hasil Belajar Kosentrasi di Jurusan Ilmu Kominikasi

#### a. Konsentrasi Jurnalistik

Mampu dan menguasai bidang kewartawanan, teknik peliputan, editing, lay out, dan perwajahan surat kabar. Mampu melakukan aktivitas profesi dan menerapkan kode etik wartawan dan segala aturan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



yang terkait dengan media kewartawanan. Mampu mengelola dan manajemen penerbitan surat kabar dan majalah.

b. Konsentrasi Publik Relations (Humas)

Mampu dan menguasai bidang kehumasan, MC, keprotokoleran, perancangan dan design agenda dan lainnya. Mampu dan cakap dalam merancang suatu even, seminar, lokakarya, expo, exhibition, dan lainnya. Mampu mengelolah dan manajemen program kehumasan.

c. Konsentrasi Broadcasting

Mampu dan menguasai bidang broadcasting, penyiaran, shooting, editing, dubbing, dan lainnya. Mampu mengelolah dan manajemen produksi siaran televisi. Mampu dan cakap serta berkelayakan menciptakan karya-karya hiburan yang diperlukan sebagai hiburan, seperti film, stand up komedi, dan lainnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

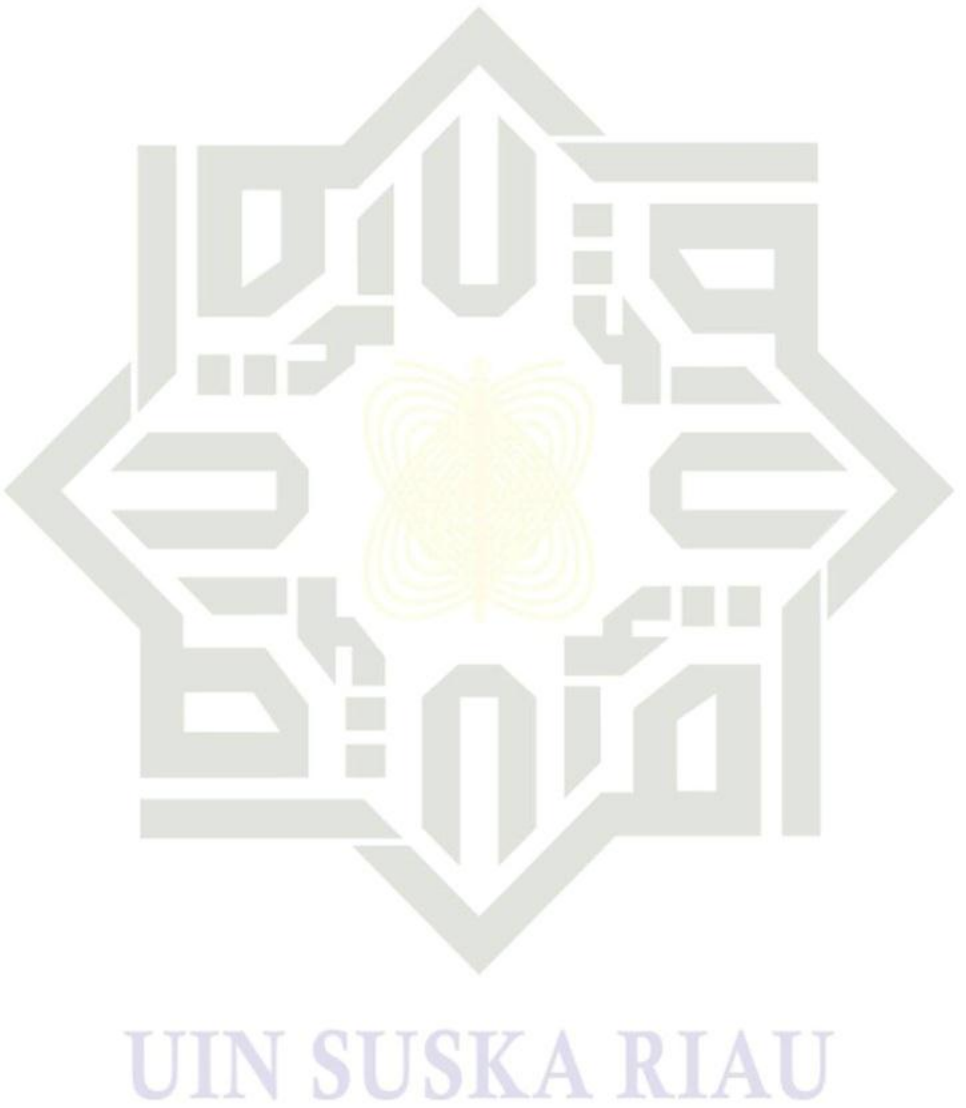
Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa hasil dari rumusan masalah yang menunjukkan bahwa jika ada dampak *E-commerce Shopee* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Komunikasi di mulai dari latar , maka penelitian ini bertujuan untuk menjawab 1) bagaimana dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi UIN Suska Riau dan 2) seberapa besar dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Suska Riau. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel dampak terpaan *e-commerce shopee* yang meliputi gerakan, intensitas stimuli, kebaruan dan perulangan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai F hitung nilai 0.646 dengan tingkat signifikan 1% 0.01 sehingga posisi korelasinya berada 0,70- 0.79 dengan makna hubungan yang kuat.

### B. Saran

Adapun saran- saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau untuk tidak mudah terpengaruh dengan adanya terpaan *e-commerce shopee* pada kelompok sekitar. Sebaiknya mahasiswa juga harus mengontrol dalam berbelanja agar tidak terjadi perilaku konsumtif terhadap kelompoknya. Caranya adalah dengan lebih memperhatikan kebutuhan daripada keinginan.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang berminat terhadap terpaan *e-commerce* dan perilaku konsumtif, disarankan lebih menpendalam mengenai komunikasi, baik itu komunikasi intrapersonal dan komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok dan pengguna atau pemanfaatan

media massa secara lebih luas lagi yang banyak belum diteliti dalam penelitian ini.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Acco, A, Endang, A, H. *Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, 2012.
- Adi, R, N. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order Secara Online*, Universitas Diponegoro, 2013.
- Ardikawati, T, Tresna, J. *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fis Uny Pada Klinik Kecantikan*, Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.
- Bugin, B. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (format –format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan public, komunikasi, manajemen, dan pemasaran)*. Jakarta:Prenada Media Group.2013,
- Cangara, hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada. 2014. Hal 20.
- Duwi Piyanto, *5 Jam Belajar Olah data Dengan SPSS*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2009), Ed.1, hlm, 146
- Islamy, D, P. *Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Smp Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai(BSD) Kota Tangerang Selatan*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015.
- Kryantono, R. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, KencanaPraneda Media Group, Jakarta, 2006.
- Levandi, M. *Persepsi Konsumen dan Pengolahan Terhadap Niat Beli Menggunakan E-commerce*, Universitas Sumatra Utara, 2018.
- Mardiah, A. *Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru*, Fakultas Ekonomi dan Sosial UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2017.
- Sendjaja, S, D. *teori komunikasi*, (Jakarta:universitas terbuka, 1994).
- Siswoyo, Dwi dkk. 2007. *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2006), hlm. 127
- Silben, S, Heriyanto, Y. *Pengantar statistika sosial*. Jakarta:IN MEDIA, 2013.
- Petriansyah, Subhan, Syahab, A. *Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Marketplace Mobile Shopee Indonesia*, , Pontianak, 2018, STMIK.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang meminumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Priambada, Adjie. (2015). *Shopee Berambisi Jadi Pemimpin Mobile Marketplace C2C di Indonesia* [online].

Umar, H. *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.

Widyanita, F, A, *Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee indonesia pada mahasiswa FE UII pengguna shopee*, Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi, 2018.

Yusuf, M. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta:Kencana. 2014. Hlm 110.

Zaahira, R. *Pengaruh Terpaan E-Commerce Shopee Terhadap Konformitas Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2018 .

Waralah Cristo, 2008, Hikmah Arif, 2009 . *Pengertian Tentang dampak*, Jakarta Bandung Alfabeta.

West, R, Turner, L, H. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, Jakarta : Salemba Humanika, 2013.

Sumber Lainnya:

<http://tekno.liputan6.com/read/3068210/ini-10-toko-online-terbaik-di-indonesia>. Situs shopee.co.id diakses pada tanggal 28 Desember 2018 pada pukul 10:24.

<http://www.quran30.net/2013/08/surat-al-furqaan-ayat-1-77.html> diakses pada tanggal 28 Desember 2018 pada pukul 10:30.

<http://www.patartambunan.com/pengertian-e-commerce-manfaat-serta-keuntungan-e-commerce/>. diakses pada tanggal 28 Desember 2018 pada pukul 10:40.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>. diakses pada tanggal 28 Desember 2018 pada pukul 11:40.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_elektronik) diakses pada tanggal 28 Desember 2018 pada pukul 12:24.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/23554/Chapter%20II.pdf;jsessionid=225C9CE31250DC5B3AB7F90878386C6B?sequence=3> di akses pada tanggal 28 Desember 2018 pada pukul 01:15.

<https://womantalk.com/shopping/articles/alasan-menguntungkan-belanja-online-di-shopee-10-10-big-mobile-shopping-day-2017-xw6la> di akses pada tanggal 28 Desember 2018 pada pukul 01:15.

**LAMPIRAN 1: BUTIR PERNYATAAN VARIABEL X**

DEFINISI	BUTIR KUSIONER	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH
		SS	S	KS	TS	STS	
A	item 1	24	30	10	2	0	66
		36.36364	45.45455	15.15152	3.030303	0	100
	item 2	12	44	6	2	2	66
		18.18182	66.66667	9.090909	3.030303	3.030303	100
B	item 3	12	31	18	5	0	66
		18.18182	46.9697	27.27273	7.575758	0	100
	item 4	25	25	12	4	0	66
		37.87879	37.87879	18.18182	6.060606	0	100
C	item 5	15	36	13	2	0	66
		22.72727	54.54545	19.69697	3.030303	0	100
	item 6	20	33	10	3	0	66
		30.30303	50	15.15152	4.545455	0	100
	item 7	6	33	27	0	0	66
		9.090909	50	40.90909	0	0	100
	item 8	22	30	7	4	3	66
		33.33333	45.45455	10.60606	6.060606	4.545455	100
	item 9	10	34	16	6	0	66
		15.15152	51.51515	24.24242	9.090909	0	100
	item 10	13	29	15	9	0	66
		19.69697	43.93939	22.72727	13.63636	0	100
JUMLAH		159	325	134	37	5	660
PERSENT		24.09091	49.24242	20.30303	5.606061	0.757576	100

**BUTIR PERNYATAAN VARIABEL Y**

DIMENSI	BUTIR KUSIONER	ALTERNATIF JAWABAN					JUMLAH
		SS	S	KS	TS	STS	
A	item 1	12	29	16	9	0	66
		18	44	24	14	0	100%
	item 2	11	22	20	13	0	66
		16.66667	33.33333	30.30303	19.69697	0	100
	item 3	6	33	27	0	0	66
		9.090909	50	40.90909	0	0	100
	item 4	8	22	28	8	0	66
		12.12121	33.33333	42.42424	12.12121	0	100
B	item 5	6	25	21	14	0	66

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

	9.090909	37.87879	31.81818	21.21212	0	100
item 6	6	29	24	7	0	66
	9.090909	43.93939	36.36364	10.60606	0	100
item 7	10	32	24	0	0	66
	15.15152	48.48485	36.36364	0	0	100
item 8	10	39	17	0	0	66
	15.15152	59.09091	25.75758	0	0	100
item 9	8	28	23	7	0	66
	12.12121	42.42424	34.84848	10.60606	0	100
item 10	4	28	22	12	0	66
	6.060606	42.42424	33.33333	18.18182	0	100
item 11	8	21	37	0	0	66
	12.12121	31.81818	56.06061	0	0	100
item 12	4	31	27	4	0	66
	6.060606	46.9697	40.90909	6.060606	0	100
item 13	10	34	16	6	0	66
	15.15152	51.51515	24.24242	9.090909	0	100
item 14	9	34	21	2	0	66
	13.63636	51.51515	31.81818	3.030303	0	100
JUMLAH	112	407	323	82	0	924
PERSENT	12.12121	44.04762	34.95671	8.874459	0	100

## State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau  
 Lampiran 2: Data Tabulasi x

Dampak E-Commers Shopee														
XP	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	JUMLAH
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	54
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	57
4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	57
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	60
5	5	3	3	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	56
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	57
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	64
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	62
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	65
5	5	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	5	3	53
4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	5	3	4	4	54
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	59
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	57
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	54
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	61
5	5	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3	5	3	55
5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	67
4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	51
3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	4	2	45
3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	49
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	51
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	58
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	54
4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	3	56
3	3	5	3	3	4	3	3	3	2	5	4	3	2	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	54
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	64
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	58
3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	4	5	4	51

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	2	4	47
5	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	55
4	4	5	4	5	4	3	3	3	4	5	4	3	4	55
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	40
4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	43
2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	39
5	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	41
3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	41
2	3	4	3	2	3	3	4	2	2	3	2	4	3	40
4	2	3	3	3	3	4	4	2	2	3	2	4	4	43
2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	39
4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	45
3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	43
4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	45
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	39
4	2	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	4	41
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
2	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	40
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	43
3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	4	42
2	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	40
4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	43
3	2	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	40
2	2	4	3	2	3	4	4	3	2	3	4	4	4	44
3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	44
2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	42
3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	44
2	3	4	3	2	2	3	4	2	3	3	4	4	3	42
3	2	3	2	2	2	3	4	2	3	3	4	2	4	39

**Data Tabulasi variabel y (perilaku konsumtif)**

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	JUMLAH
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	33
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	36

4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	37
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	43
3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	36
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	39
5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	39
4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	39
5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	39
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	35
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	40
3	4	3	3	3	3	3	5	5	5	32
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41
5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	41
4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	39
3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	34
3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	38
4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	32
5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	43
4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	39
3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	35
5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	40
5	4	4	5	5	4	5	4	3	3	39
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	35
5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	37
5	4	5	5	5	5	3	4	5	3	41
5	4	4	3	5	5	3	4	2	3	35
5	4	3	5	5	5	4	2	3	5	36
5	3	3	4	4	4	5	1	3	4	32
5	3	3	5	4	5	4	4	4	5	37
4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	36
5	3	4	5	4	5	4	4	3	3	37
4	1	2	3	3	4	3	4	3	4	27
3	4	4	5	5	2	3	2	3	2	31

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	4	3	5	5	4	4	2	2	5	31
4	4	3	4	5	2	3	1	4	3	30
5	4	3	2	3	5	4	4	4	2	34
4	4	3	5	5	4	3	3	4	4	35
3	1	2	3	3	4	3	4	3	2	26
5	4	4	3	2	4	3	4	3	4	32
5	2	4	2	4	5	4	5	3	3	34
4	3	4	5	4	3	4	5	3	4	35
4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	32
3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	29
4	4	4	4	3	4	3	5	3	3	34
4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	28
4	4	2	4	3	4	3	3	2	4	29
5	5	5	4	4	3	4	5	2	3	37
4	4	2	2	3	4	4	2	2	2	27
5	5	4	3	4	3	3	5	3	4	35
4	2	3	4	4	5	3	1	3	3	29
4	4	3	2	4	3	4	5	4	2	33
5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	37
5	4	3	4	4	3	4	4	4	2	35
2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	35
4	4	3	4	4	5	4	4	4	2	36
3	4	2	4	3	5	3	5	2	5	36

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### LAMPIRAN 3: PERTANYAAN KUISIONER

## ANGKET PENELITIAN

### A. KETERANGAN

Penelitian ini ditujukan semata-mata untuk mengumpulkan data (skripsi).

Pengisian ini tidak berpengaruh apapun terhadap status anda.

Kerahasiaan jawaban anda tetap terjamin, oleh sebab itu dimohonkan kesediaan anda untuk mengisi angket ini secara jujur mengingat pentingnya jawaban untuk suatu penelitian.

Pilih salah satu alternatif jawaban yang disediakan.

4. Beri tanda (√) pada alternatif jawaban yang anda pilih.

a. Sangat setuju (SS)

b. Setuju (S)

c. Cukup Setuju (CS)

d. Tidak Setuju (TS)

e. Sangat Tidak Setuju (STS)

5. Terimakasih terhadap kesediaan anda dan kerja sama anda untuk mengisi angket ini dan mengembalikannya.

### B. DATA RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Semester :

### E-Commerce Shopee (X)

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
<b>A</b>	<b>Gerakan</b>					
1	<i>E-commerce</i> shopee terkait tampilan menu utama menarik perhatian karena menggunakan gambar-gambar bergerak					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2	<i>E-commerce</i> shopee terkait tampilan menu utama menarik perhatian karena menggunakan huruf-huruf bergerak					
3	<i>E-commerce</i> shopee terkait tampilan produk menarik perhatian karena menampilkan produk yang yang dijual					
4	<i>E-commerce</i> shopee terkait tampilan produk menarik perhatian karena menampilkan menggunakan huruf bergerak terhaap produk yang yang dijual, khusus promosi.					
<b>b.</b>	<b>Intensitas stimuli</b>					
5.	Penggunaan warna oren pada latar belakang menu utama merupakan ciri khas shopee menarik perhatian.					
6	Penataan produk dengan memperbesar gambar pada iklan unggulan ( produk baru/ produk diskon) diantara produk lain dengan huruf kecil menarik perhatian					
	<b>Kebaruan</b>					
7.	Pembaruan produk terbaru dalam menu utama menarik perhatian					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8.	Pembaruan strategi produk-produk di tiap kategori promosi menarik perhatian					
9.	Pembaruan produk potongan harga (diskon) menarik perhatian					
10.	Pembaruan tagline promosi menarik perhatian					
11.	<b>Perulangan</b>					
12.	Penayangan iklan shopee di media sosial menarik perhatian untuk pengguna aplikasi shopee					
13.	Penayangan iklan shopee melalui pemberitahuan (notifikasi) kepada pengguna shopee menarik perhatian untuk mengakses informasi tersebut lebih lanjut.					
14.	Slogan shopee yang terdapat dalam iklan menarik perhatian orang untuk menggunakan e-commerce shopee					
15.	Lagu shope yang terdapat dalam iklan menarik perhatian pengguna e-commerce shopee					

**Perilaku Konsumtif (Y)**

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	<b>Pembelian impulsive</b>					
1	Saya membeli produk di-e-commerce shopee berdasarkan pertimbangan harga					
2	Saya membeli produk di e-					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	<i>commerce</i> shopee karena ingin mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).					
B.	<b>Pembelian yang Rasional</b>					
3.	Saya membeli produk di <i>e-commerce</i> shopee karena tampilannya menarik.					
4.	Saya membeli produk di <i>e-commerce</i> shopee hanya sekedar menjaga simbol status					
c.	<b>Pembelian yang Bersifat Pemborosan</b>					
5.	Saya membeli produk di <i>e-commerce</i> shopee karena iming-iming hadiah.					
6.	Saya membeli produk di <i>e-commerce</i> shopee demi menjaga penampilan dan gengsi.					
7.	Saya memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan					
8.	Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi					
9.	Saya membeli produk karena adanya iklan gratis ongkir dari pembelian suatu produk					

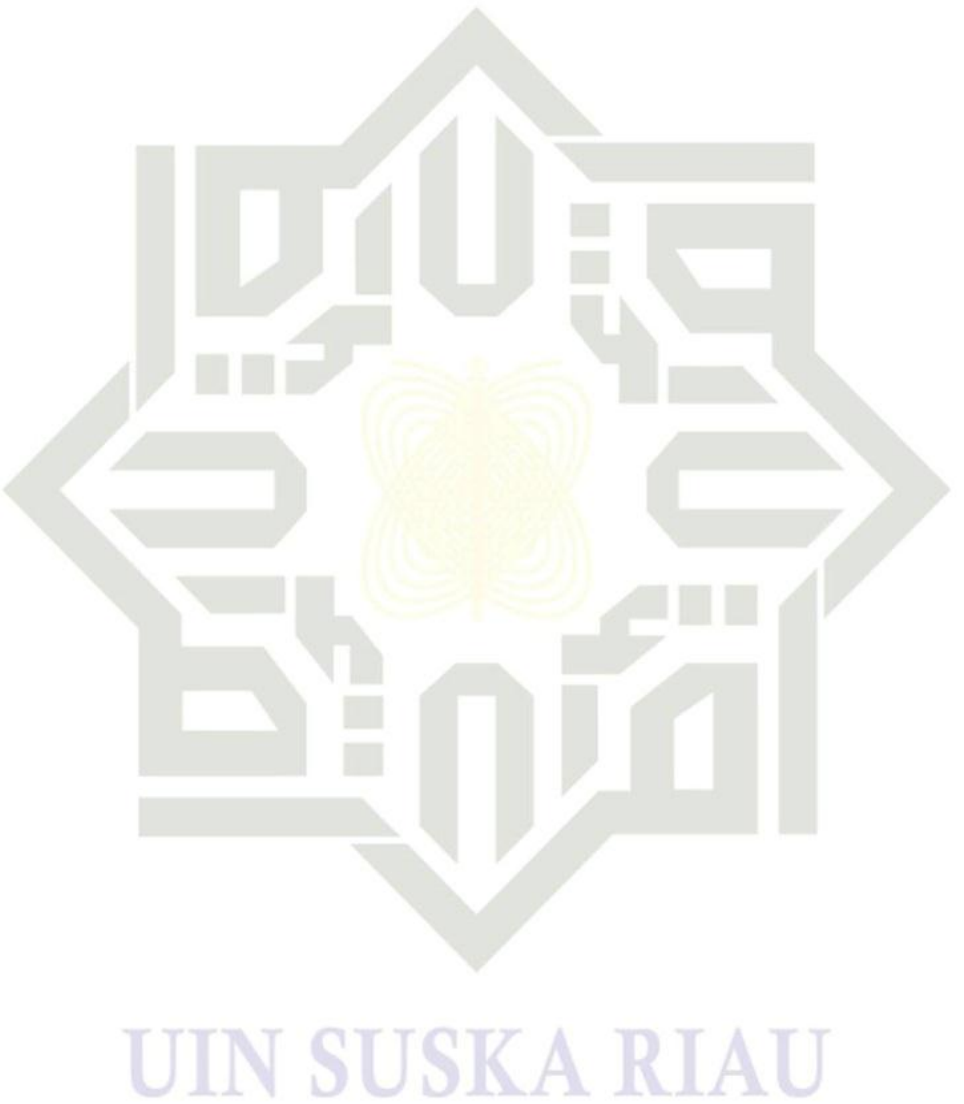
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1	Saya membeli produk karena diskon besar-besaran yang diadakan <i>e-commerce</i> shopee					
---	--	--	--	--	--	--

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

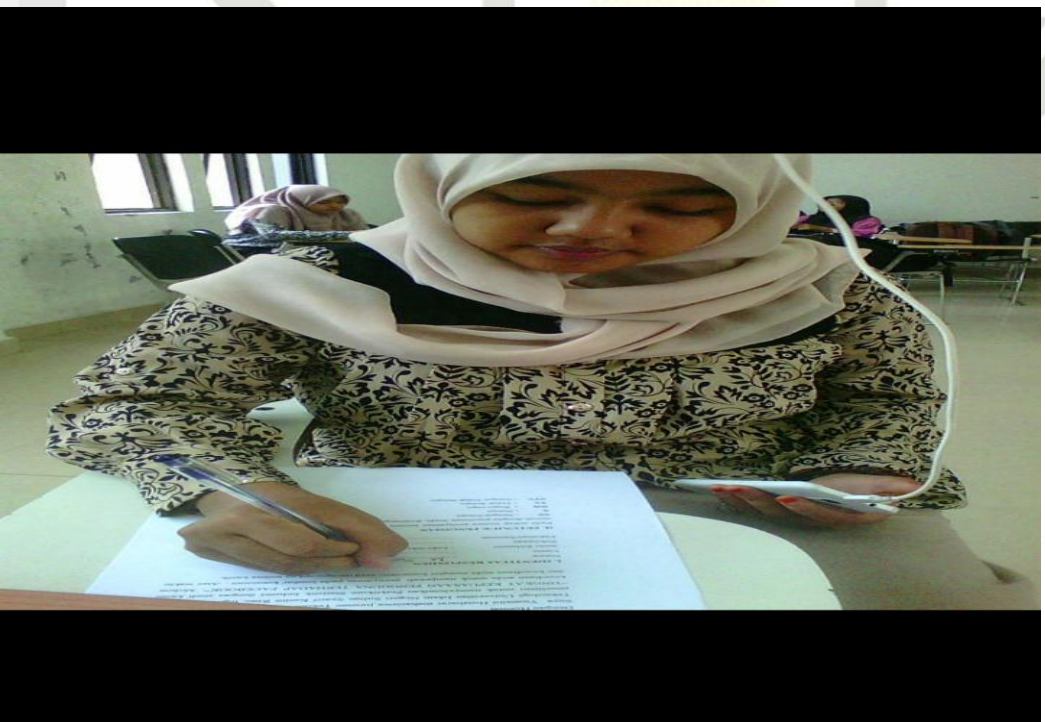


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Lampiran 4: Dokumentasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

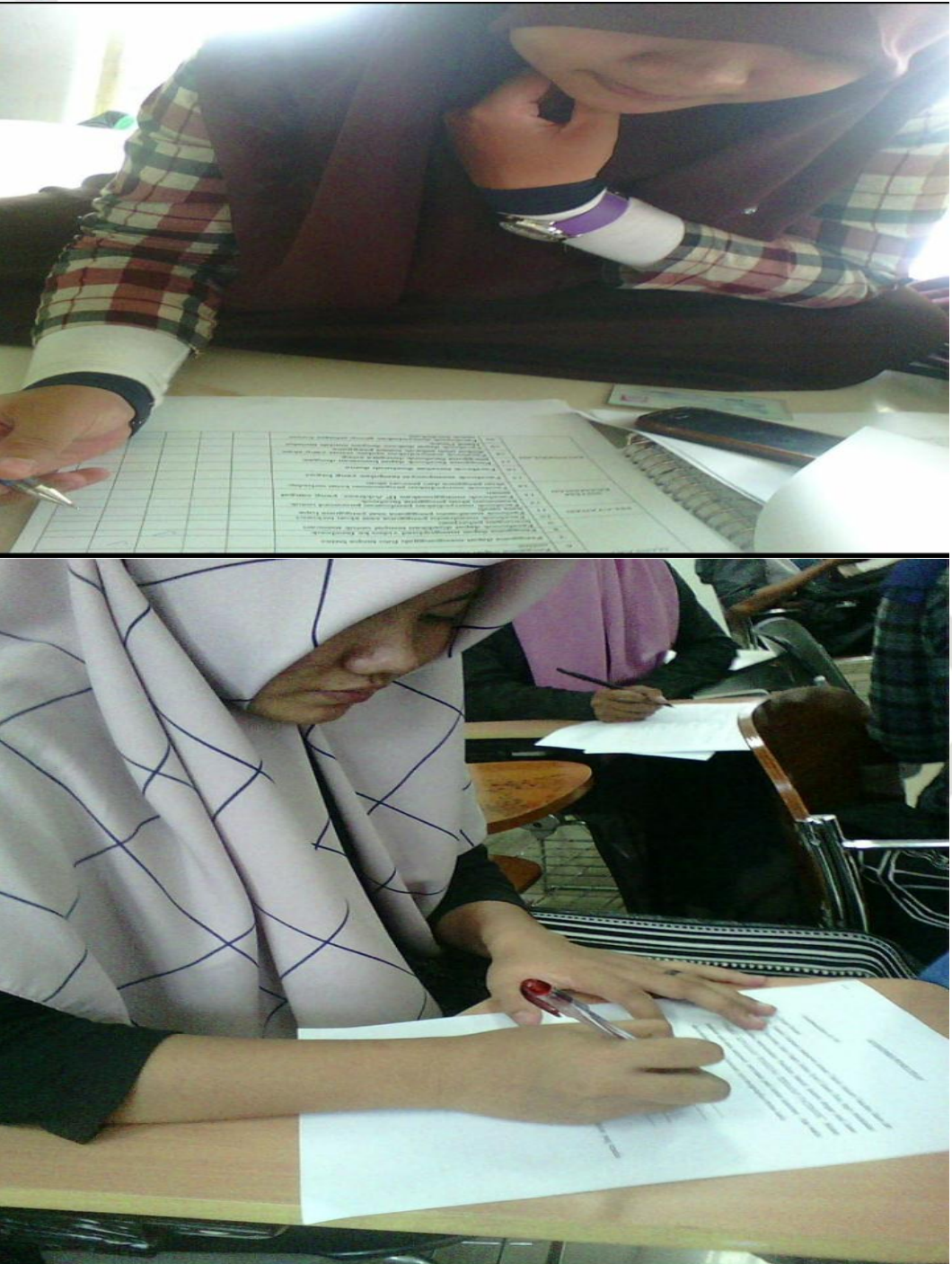


© Hak

an Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



# PEMERINTAH PROVINSI RIAU

## DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmtsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



032010

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/26782  
TENTANG

#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/7555/2019 Tanggal 9 Oktober 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

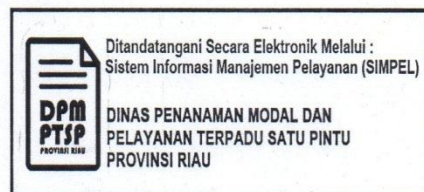
1. Nama : **TESA KURNIA**
2. NIM / KTP : 11443201231
3. Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
4. Jenjang : S1
5. Alamat : PEKANBARU
6. Judul Penelitian : **DAMPAK E-COMMERCE SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU**
7. Lokasi Penelitian : FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 16 Oktober 2019



#### Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Rektor UIN Suska Riau di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## RIWAYAT HIDUP



Tesa Kurnia dilahirkan di Indragiri Hulu, Kecamatan Rengat , pada tanggal 28 Agustus 1996. Lahir dari pasangan Bapak Yurnalis dan Ibu Sri Rezeki , yang merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Pada tahun 2003 penulis melanjutkan pendidikan di SDN 001 Japura Laut, Kecamatan Lirik, Indragiri Hulu dan tamat pada tahun 2008.

Pada tahun 2008 melanjutkan pendidikan ke sekolah lanjutan tingkat pertama di SMP 03 Air Molek, Kecamatan Pasir Penyu dan tamat pada tahun 2011. Pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 01 Pasir Penyu, Kecamatan Pasir Penyu dan tamat pada tahun 2014.

Pada tahun 2014 melalui jalur SNBTN di terima menjadi Mahasiswa pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pada bulan Juli sampai Agustus 2017 melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Talang Gedabu, Kecamatan Rakit Kulim, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau..

Pada bulan Juli sampai September 2017 melaksanakan Praktek Kerja Lapang (PKL) di Pekanbaru Pos, Provinsi Riau. Penulis Melaksanakan Penelitian pada bulan September sampai Oktober 2019 di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, provinsi Riau pada bulan September sampai Oktober 2019. Penulis telah menyelesaikan penelitian yang berjudul **“dampak terpaan *e-commerce shopee* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi uin suska riau”**.