

**PENGARUH MEDIA PERIKLANAN MODEL SNAPGRAM TERHADAP  
MINAT BELI MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada**

**Universitas Pendidikan Ganesha**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Pendidikan Ekonomi**

**OLEH**

**ABDUL AZIZ**

**NIM 1617011041**



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN EKONOMI DAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA**

**2022**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS  
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR  
SARJANA PENDIDIKAN**

**Menyetujui,**

Pembimbing I,



Dr. Luh Indrayani, S.Pd., M.Pd  
NIP. 198208192009122003

Pembimbing II,



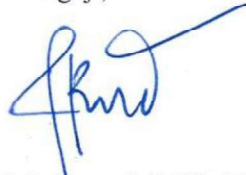
Kadek Rai Suwena, S.Pd., M.Pd  
NIP. 198304242009121002

Skripsi oleh Abdul aziz

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada tanggal 11 Juli 2022.

Dewan Penguji,



Dr. Luh Indrayani, S.Pd., M.Pd  
NIP. 198208192009122003

(Ketua)



Kadek Rai Suwena, S.Pd., M.Pd  
NIP. 198304242009121002

(Anggota)



Made Ary Meitriana, S.Pd., M.Pd  
NIP. 198005032006042003

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana Pendidikan.

Pada:

Hari : Senin

Tanggal : 11 juli 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si  
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd  
NIP. 198712112018031002



Dr. Gede Adi Yuniarta, SE. Ak., M.Si  
NIP. 197906162002121003

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul Pengaruh Media Periklanan Model Snapgram Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat ilmiah. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 11 Juli 2022  
Yang membuat pernyataan,



Abdul Aziz  
NIM. 161701141

## PRAKATA

Puji Syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Periklanan Model Snapgram Terhadap Minat Beli Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pendidikan pada Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengikuti pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, SE. Ak.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Undiksha yang telah banyak memberi arahan, dan petunjuk dalam pelaksanaan penelitian;
3. Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Pendidikan Undiksha yang telah banyak memberi izin dalam pelaksanaan penelitian;
4. Dr. Luh Indrayani, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Akuntansi dan Pembimbing I yang telah memberi kesempatan penulis untuk menyusun skripsi ini.
5. M. Rudi Irwansyah, S.Pd., M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberi kesempatan penulis untuk menyusun skripsi ini.
6. Kadek Rai Suwena, S.Pd., M.Pd., selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Staf dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Kepada Bapak dan Ibu tercinta, Musappak dan Kholidah, serta keluarga besar yang tiada hentinya memberikan semangat, dorongan moral dan material serta doa-doa dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2016 yang telah bersama-sama saling belajar dan mendoakan.
10. Sahabat dan penyemangat saya Putra, Gebby, Arif, Syarif, Aze, Alvi, Tasya dan Kholifah yang senantiasa memberikan doa, semangat dan dukungannya kepada saya selama penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segera kritik maupun saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 11 juli 2022

Abdul aziz

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Lembar Persetujuan Pembimbing .....	iii
Lembar Persetujuan Penguji .....	iv
Lembar Persetujuan Panitia Ujian.....	v
PERNYATAAN.....	vii
PRAKATA.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian .....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	6
1.4 Rumusan Masalah Penelitian .....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
2.1 Minat Beli Konsumen .....	10
2.2 Indikator Minat Beli .....	14
2.3 Teori Promosi .....	14
2.4 Teori Periklanan .....	17
2.5 Penelitian Yang Relevan .....	21
2.6 Kerangka Berfikir.....	23
2.7 Hipotesis Penelitian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	25
3.2 Lokasi Penelitian .....	26
3.3. Populasi dan Sampel .....	26
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	28



## DAFAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Distribusi Sampel dengan Menggunakan Proportional Random Sampling .....	26
Tabel 3.2 Definisi Oprasional Variabel .....	29
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	31
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Uji T Pengaruh Iklan (X) Secara Parsial Terhadap Minat Beli (Y) Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha .....	35
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Koefesien Determinasi Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Mahasiswa di Universitas Pendidikan Ganesha .....	36



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Daftar Nama Uji Responden Uji Valid dan Reliabilitas.....	45
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian Sebelum Uji Valid dan Reliabilitas.....	46
Lampiran 3 Data Ordinal Secara Keseluruhan Uji Valid dan Reliabilitas .....	50
Lampiran 4 Hasil Output SPSS Uji Valid dan Reliabilitas.....	52
Lampiran 5 Rekapitulasi Hasil Uji Valid dan Reliabilitas.....	53
Lampiran 6 Interpretasi Hasil Uji Valid dan Reliabilitas.....	54
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 8 Daftar Nama Responden Penelitian.....	59
Lampiran 9 Data Ordinal Secara Keseluruhan Kuesioner Penelitian .....	64
lampiran 10 Bukti Responden.....	85
lampiran 11 Dokumentasi .....	96

