

202110040311155
Mohammad Firdaus
Ilmu Komunikasi

**Pengaruh Tingkat Akses Search Ads “Ayam Geprek” di
ShopeeFood Terhadap Minat Beli
(Studi pada Mahasiswa Kota Malang)**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Malang Sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
(S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

Mohammad Firdaus
202110040311155

Dosen Pembimbing :

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2026

Lembar Pengesahan

JUDUL SKRIPSI

Pengaruh Tingkat Akses Search Ads “Ayam Geprek” di ShopeeFood Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Kota Malang)

Diajukan Oleh :

Mohammad Firdaus
202110040311155

Telah disetujui
Rabu / 14 Januari 2026

Pembimbing I

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si

Wakil Dekan I



Dr. Joes/Susilo, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Novin Farid Stvo Wibowo, S.Sos. M.Si

Lembar Pengesahan

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Mohammad Firdaus
202110040311155

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 14 Januari 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Widiya Yutanti M.A** ()
2. **Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom** ()
3. **Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si** ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Surat Keterangan Siap Diuji



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/XI/2025



Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Mohammad Firdaus
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311155
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Tingkat Akses Search Ads "Ayam Geprek" di ShopeeFood Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Kota Malang)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 4 November 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.



Kampus I
Jl. Rimbung 1 Malang Jawa Timur
P. 042 241 551 252 (Pusat)
F. 042 241 400 435

Kampus II
Jl. Purnasari 5, Tamboja No. 1A Malang Jawa Timur
P. 042 241 551 149 (Pusat)
F. 042 241 582 650

Kampus III
Jl. Raya Tugu No. 246 Malang Jawa Timur
P. 042 241 404 378 (Pusat)
F. 042 241 403 435
E. webmaster@umm.ac.id

Surat Keterangan Bebas Kuliah



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Mohammad Firdaus
NIM : 202110040311155
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-I pada semester Sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 7 Januari 2026

Ketua Program Studi
Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Burhanng 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 223 (Hunting)
F. +62 341 660 435

Kampus II
Jl. Pondokan Suci No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 050

Kampus III
Jl. Raja Tribhuvan No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

Lembar Persetujuan Skripsi



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Mohammad Firdaus
NIM : 202110040311155
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Akses Search Ads "Ayam Geprek" di ShopeeFood Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Kota Malang)

Disetujui,
Pembimbing

(Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bankung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 250 (Pusat)
F: +62 341 460 437

Kampus II
Jl. Pahlawan Satrio No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 511 340 (Pusat)
F: +62 341 561 660

Kampus III
Jl. Raya Tugu No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 468 218 (Pusat)
F: +62 341 460 437
E: webmaster@um.ac.id

Surat Pernyataan



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Mohammad Firdaus
NIM : 202110040311155
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pengaruh Tingkat Akses Search Ads “Ayam Geprek” di ShopeeFood Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Kota Malang).

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 1 November 2025

Yang Menyatakan,


(Mohammad Firdaus)



Kampus I
Jl. Bankang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 890 435

Kampus B
Jl. Firdausyanti Satrio No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 521 189 (Hunting)
F: +62 341 587 090

Kampus III
Jl. Raya Tugu No 280 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 454 319 (Hunting)
F: +62 341 893 435
E: webmaster@umm.ac.id

Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN
DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

Pengaruh Tingkat Akses Search Ads "Ayam Geprek" di ShopeeFood Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Kota Malang)

Oleh:

Nama : Mohammad Firdaus

NIM : 202110040311155

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 1 November 2025

Pembimbing I/Promotor

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si

(* Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Rungkut 1 Malang, Jawa Timur
P. 401 341 527 (Pusat)
F. 401 341 460 435

Kampus II
Jl. Bondongan, Sukarno No. 188 Malang, Jawa Timur
P. 402 341 521 180 (Pusat)
F. 402 341 507 600

Kampus III
Jl. Raya Tugiman, No. 788 Malang, Jawa Timur
P. 402 341 404 310 (Pusat)
F. 402 341 403 435
E. webmaster@umm.ac.id

Tanda Terima Plagiasi



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Mohammad Firdaus
NIM : 202110040311155

Hasil Plagiasi : 27/12

BAB I	4			
BAB II	12			
BAB III	11			

27/12

BAB IV	11			
BAB V	10			
BAB VI	17			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 27 Desember 2021
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

Berita Acara Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN

1. Nama : Mohammad Firdaus
2. NIM : 202110040311155
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Akses Search Ads "Ayam Geprek" di ShopeeFood Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Kota Malang)
6. Pembimbing : Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
08/10/2024	Pengajuan judul penelitian	
15/10/2024	Revisi Judul penelitian	
23/10/2024	ACC Judul penelitian	
07/11/2024	Bimbingan BAB I - II	
09/12/2024	Bimbingan BAB I - II	
11/12/2024	Sempro	
20/12/2024	ACC Instrumen penelitian	
12/03/2025	Bimbingan BAB IV - V	
14/05/2025	Bimbingan BAB IV - V	
20/06/2025	Bimbingan BAB IV - VI	
25/08/2025	REVISI BAB V	
09/09/2025	REVISI BAB V	
23/10/2025	Seminar Hasil Online	
28/10/2025	Revisi dari Dosen Penguji	

Malang, 4 November 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si



Kampus I
Jl. Bankung I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 860 835

Kampus II
Jl. Bendungan Suci No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 345 (Hunting)
F. +62 341 562 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

Berita Acara Seminar Hasil



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Kamis, 23 Oktober 2025

Pukul 13.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Mohammad Firdaus
2. NIM : 202110040311119
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Akses Search Ads
"Ayam Geprek" di ShopeeFood Terhadap Minat Beli
(Studi pada Mahasiswa Kota Malang)
6. Pembimbing : Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si
7. Penguji : Widya Yutanti, S.Sos, M.A

Malang, 29 Oktober 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si

Dosen Penguji,

Widya Yutanti, S.Sos, M.A

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Stywo Wibowo, S. Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Blandong, 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 432

Kampus II
Jl. Blandong Suci No.188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 180 (Hunting)
F: +62 341 587 009

Kampus III
Jl. Raya Tugu No.245 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 210 (Hunting)
F: +62 341 401 410
E: webmaster@umm.ac.id

Lampiran Audiens Seminar Hasil



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NO.	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Wanda Fidela Khairindiva	202110040311121	Ilmu Komunikasi
2.	Meilinda Tri Nur Nisa'	202110040311119	Ilmu Komunikasi
3.	Amelia Dita Calista	202110040311137	Ilmu Komunikasi
4.	Salsabila Rizki Rahmadani	202010040311387	Ilmu Komunikasi
5.	Faisal Nur Rahman	202110040311118	Ilmu Komunikasi
6.	Najihah Mumtazah	202110040311157	Ilmu Komunikasi
7.	Najwa Zaky Alkatiri	202110040311043	Ilmu Komunikasi
8.	Saddam Ariq Firmansyah	202110040311134	Ilmu Komunikasi
9.	Fatma Ratna Sari	202110040311031	Ilmu Komunikasi
10.	Zahrin Qodrina Aqmari	202110040311390	Ilmu Komunikasi
11.	Amalia Hakim Doman	202010040311015	Ilmu Komunikasi
12.	Raflyanto Akbar	202110040311057	Ilmu Komunikasi
13.	Birrina Fara Adyba	202110040311105	Ilmu Komunikasi
14.	Fitriana Dwi Aunillah	202110040311058	Ilmu Komunikasi
15.	Enrico Roy Winata	202110040311258	Ilmu Komunikasi

Malang, 29 Oktober 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si



Kampus I
Jl. Baiduro, 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 960 435

Kampus II
Jl. Bendungan, Sutarso No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 660

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 453 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

Mohammad Firdaus, 202110040311155, Pengaruh Tingkat Akses Search Ads “Ayam Geprek” di ShopeeFood Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Kota Malang).

Perkembangan pesat teknologi digital telah secara signifikan mengubah perilaku konsumen dalam membeli produk dan layanan, khususnya di sektor layanan pesan antar makanan. ShopeeFood telah menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan di Indonesia, terutama oleh mahasiswa di Kota Malang, karena kemudahan, aksesibilitas, dan integrasinya dengan sistem pembayaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat akses terhadap iklan pencarian “Ayam Geprek” di ShopeeFood terhadap minat beli mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain asosiatif dan eksplanatori. Populasi penelitian terdiri dari mahasiswa aktif di Malang, dengan total 400 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang menggunakan skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat akses search ads ayam geprek berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli mahasiswa di Kota Malang. Semakin tinggi paparan terhadap search ads, semakin kuat minat mahasiswa untuk melakukan pembelian. Hasil ini menekankan bahwa periklanan digital berbasis pencarian merupakan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik dan meyakinkan konsumen, khususnya mahasiswa yang merupakan generasi digital native dan sering menggunakan aplikasi pesan antar makanan secara online.

Kata Kunci: ShopeeFood, Search Ads, Minat Beli, AIDA, Mahasiswa Malang

Malang, 4 November 2025

Dosen Pembimbing

Peneliti



Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M.Si.



Mohammad Firdaus

KATA PENGANTAR

Dengan rahmat dan karunia Allah SWT, penulis panjatkan puji dan syukur atas segala limpahan nikmat, kesehatan, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal penelitian ini dengan judul “Pengaruh Tingkat Akses Search Ads ‘Ayam Geprek’ di ShopeeFood terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Kota Malang)”. Proposal ini disusun sebagai salah satu tahapan awal dalam pelaksanaan penelitian guna memenuhi persyaratan akademik pada jenjang Strata Satu (S1).

Penyusunan proposal ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi digital yang turut memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, khususnya mahasiswa. Kehadiran platform layanan pesan antar makanan seperti ShopeeFood serta pemanfaatan fitur Search Ads sebagai strategi pemasaran digital menjadi fenomena menarik untuk dikaji. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai bagaimana tingkat akses iklan pencarian dapat memengaruhi minat beli konsumen, khususnya terhadap produk Ayam Geprek yang memiliki tingkat persaingan tinggi di Kota Malang.

Dalam penyusunan proposal ini, penulis berusaha menguraikan secara sistematis latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, serta metode penelitian yang digunakan. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian ini ke depannya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi dalam proses penyusunan proposal ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan perilaku konsumen, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Malang, 4 November 2025

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Pengesahan	ii
Surat Keterangan Siap Diuji	iii
Surat Keterangan Bebas Kuliah	iv
Lembar Persetujuan Skripsi	v
Surat Pernyataan	vi
Lembar Persetujuan Deteksi Plagiasi	vii
Tanda Terima Plagiasi	viii
Berita Acara Bimbingan Skripsi	ix
Berita Acara Seminar Hasil	x
Lampiran Audiens Seminar Hasil	xi
Abstrak	xii
Kata Pengantar	xiii
Daftar Isi	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Search Ads dan ShopeeFood.....	5
2.1.2 Minat Beli.....	7
2.1.3 Elemen Komunikasi Dalam Search Ads ShopeeFood.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Penelitian.....	15
2.4 Rumusan Hipotesis.....	16
BAB III	
METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	17
3.2 Objek Penelitian.....	17
3.3 Populasi dan Sampel.....	18
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Variabel Penelitian.....	19
3.6 Definisi Operasional.....	20
3.7 Skala Pengukuran.....	22
3.8 Metode Analisis Data.....	22
3.8.1 Uji Validitas.....	23
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.8.3 Uji Korelasi.....	24
3.9 Teknik Analisis Data.....	25

3.9.1. Uji Regresi Linier Sederhana.....	25
3.9.2. Koefisien Determinasi.....	26
3.9.3. Uji Parsial T.....	27

BAB IV

4.1 Gambaran Umum Objek.....	28
4.1.1 Profil Mahasiswa Kota Malang.....	28
4.1.2 Profil Perusahaan ShopeeFood.....	29
4.1.3 Visi Misi Perusahaan Shopee.....	32

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identitas Responden (IR)	34
5.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Asal Kampus.....	34
5.2 Distribusi Frekuensi Kategoriasi Variabel X dan Y.....	34
5.2.1 Distribusi Frekuensi Variabel X.....	35
5.2.2 Distribusi Frekuensi Variabel Y.....	45
5.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas data.....	54
5.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
5.5 Uji Korelasi.....	59
5.6 Hasil Uji T.....	60
5.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	60
5.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	61
5.9 Pembahasan.....	62

BAB VI

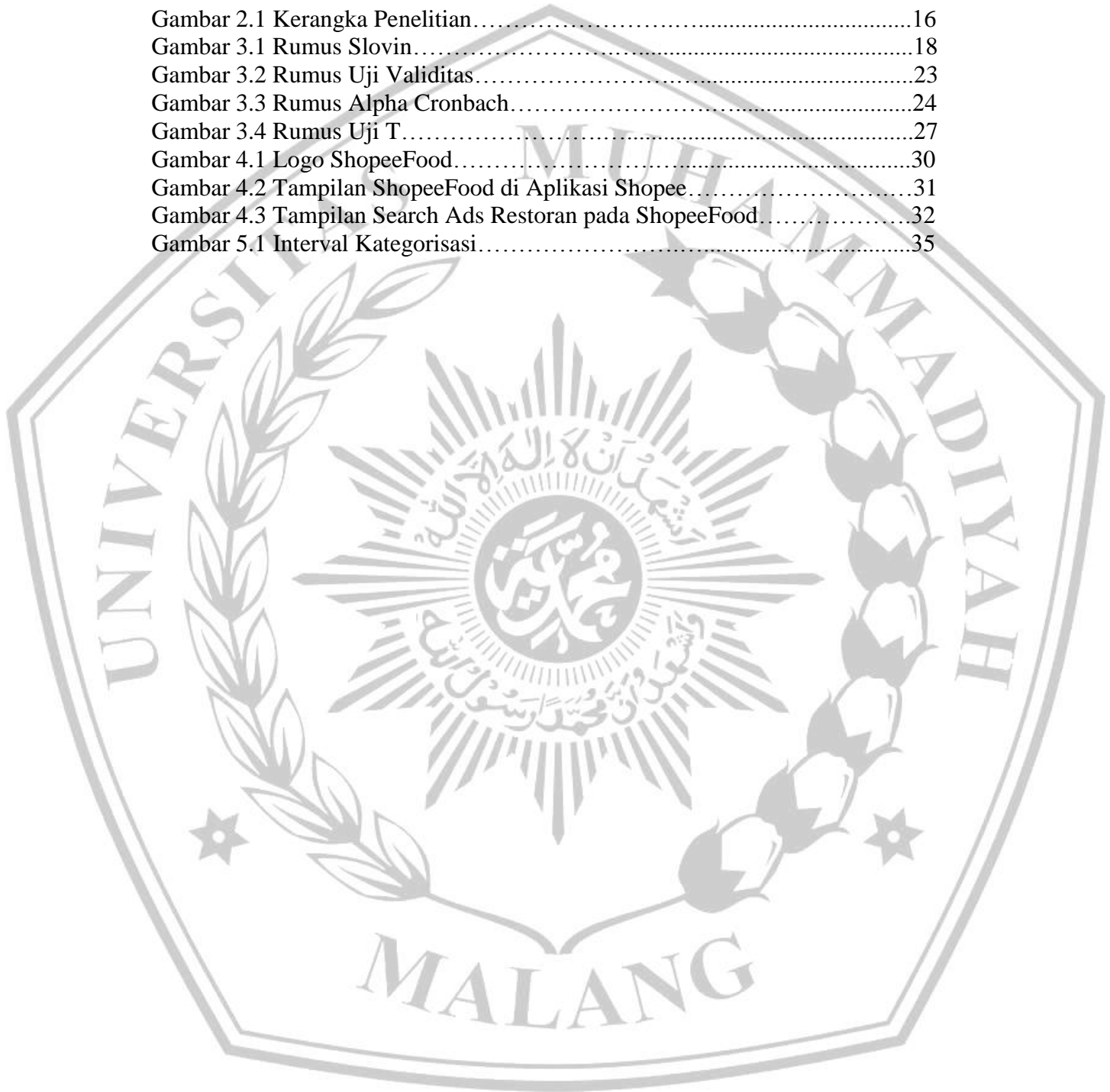
PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	65
6.2 Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA.....	68
----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	16
Gambar 3.1 Rumus Slovin.....	18
Gambar 3.2 Rumus Uji Validitas.....	23
Gambar 3.3 Rumus Alpha Cronbach.....	24
Gambar 3.4 Rumus Uji T.....	27
Gambar 4.1 Logo ShopeeFood.....	30
Gambar 4.2 Tampilan ShopeeFood di Aplikasi Shopee.....	31
Gambar 4.3 Tampilan Search Ads Restoran pada ShopeeFood.....	32
Gambar 5.1 Interval Kategorisasi.....	35



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Instrumen Variabel Pengaruh tingkat akses search ads (Variabel X)...	20
Tabel 3.2 Instrumen Variabel Minat Beli Pelanggan (Variabel Y).....	21
Tabel 3.3 Skor Skala Likert.....	22
Tabel 3.4 Interpretasi Nilai Koefisien Determinasi.....	27
Tabel 5.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Asal Kampus.....	34
Tabel 5.2 Distribusi Frekuensi.....	36
Tabel 5.3 Distribusi Frekuensi Responden Menggunakan Fitur Pencarian Berdasarkan Kampus.....	36
Tabel 5.4 Distribusi Frekuensi Responden Melihat Iklan Produk Ayam Geprek Pada Hasil Pencarian di ShopeeFood Berdasarkan Kampus.....	38
Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Responden Memperhatikan Semua Makanan Yang Muncul di Hasil Pencarian Berdasarkan Kampus.....	39
Tabel 5.6 Distribusi Frekuensi Responden Memperhatikan Iklan Produk Ayam Geprek Yang Muncul di Hasil Pencarian ShopeeFood Berdasarkan Kampus.....	41
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Responden Tertarik Untuk Mengklik Iklan Produk Ayam Geprek Yang Muncul di Hasil Pencarian ShopeeFood Berdasarkan Kampus.....	42
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Responden Menghabiskan Waktu Mencari Makanan Lebih Dari 30 Detik Berdasarkan Kampus.....	44
Tabel 5.9 Distribusi Frekuensi Responden Melihat Lebih Detail Deskripsi Mengenai Informasi Menu Ayam Geprek Berdasarkan Kampus.....	45
Tabel 5.10 Distribusi Frekuensi Responden Bertanya Kepada Teman Apakah Mereka Pernah Mencoba Menu Ayam Geprek Yang Saya Temukan Berdasarkan Kampus.....	47
Tabel 5.11 Distribusi Responden Lebih Suka Mencari Makanan Ayam Geprek Berdasarkan Kampus.....	49
Tabel 5.12 Distribusi Responden lebih suka memesan makanan ayam geprek Berdasarkan Kampus.....	50
Tabel 5.13 Distribusi Frekuensi Responden Akan Merekomendasikan Restoran Ayam Geprek Yang Ditemukan Di Search Result Ads Kepada Teman Berdasarkan Kampus.....	52
Tabel 5.14 Distribusi Responden Memutuskan Memesan Makanan Ayam Geprek Dibanding Makanan Lain Berdasarkan Kampus.....	53
Tabel 5.15 Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	55
Tabel 5.16 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	57
Tabel 5.17 Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 5.18 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	58
Tabel 5.19 Hasil Uji Linearitas.....	58
Tabel 5.20 Hasil Uji Korelasi.....	59
Tabel 5.21 Hasil Uji Parsial (T).....	60
Tabel 5.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	60
Tabel 5.23 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	61

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Ferdinand, A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, A. Z., Siregar, D., Diansyah, T. M., & Faisal, I. (2024). Strategi Iklan Google Ads yang Efektif untuk Meningkatkan Omset UMKM. *Prioritas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(01), 54–58.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Kusumawardhani, S. (2022). Survei Persepsi & Perilaku Konsumsi Online Food Delivery (OFD) di Indonesia. *Tenggara Strategics*, 1–26.
- Legifien, I., Pangestu, H., & Sulhan, M. (2023). Pengaruh Advertising dan Online Customer Rating Terhadap Buying Interest dan Buying Decision. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 20–30.
<https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i4>.
- Li, A. (2018). Research on Tax Collection and Management System of E-Commerce. *American Journal of Industrial and Business Management*, 08(11), 2256–2266.
<https://doi.org/10.4236/ajibm.2018.811150>
- Simbolon, I. V. dan R. (2021). PENGARUH PROMO SHOPEEFOOD TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA SHOPEE (Di Daerah Tangerang Selatan) Izella Vania¹ dan Remista Simbolon² Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46–58.
- Statista. (2025). *Online Food Delivery - Indonesia*. Statista.
<https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/online-food-delivery/indonesia>
- Statistika, B. P. (2023). Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota, 2021 dan 2022. In *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.
- Suryaningrum, D. A., Utami, E. Y., Lusianawati, H., & Thalib, N. (2023). Analysis of Generation Z Consumer Behavior in the Food and Beverage Industry in Indonesia:

The Influence of Product Personalization, Social Media Engagement, and Brand Experience. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(07), 172–180. <https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i07.461>

Tarigan, R. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen dalam Industri Retail. *Digital Marketing*.

Ubaidilah, M., & Widiarti, P. W. (2023). Pengaruh Terpaan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Akun Media Sosial Instagram @Promodazzle the Effect of Promotion Exposure on Consumer Buying Interest on Social Media of @Promodazzle'S Instagram Account. *Lektor: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3), 273–284. <https://doi.org/10.21831/lektor.v5i3.19177>

Widyayanti, E. R. (2022). Analisis Penjualan Produk Kuliner Melalui Online Pada Aplikasi Sophee Platform Sopheefood Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 394–417. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.475>

