

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *E-COMMERCE***

(Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh:

Neni Fitriyani

NIM: 1908203057

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
1445 H/2023 M**

ABSTRAK

NENI FITRIYANI. NIM: 1908203057, “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK E-COMMERCE (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, 2023.

Fenomena perkembangan ekonomi digital di Indonesia mengalami kepesatan cukup tinggi, fenomena tersebut berdampak bahkan mengarah kepada persaingan, khususnya untuk perusahaan yang berfokus pada ekonomi digital, serta menciptakan pergeseran peranan pasar fisik yang beralih pada pasar *online*. Pergeseran tersebut dapat dirasakan dengan maraknya transaksi jual beli yang terjadi secara *online* pada *e-commerce*. Walaupun demikian tetapi dalam pelaksanaannya masih banyak konsumen yang kecewa pada produk *e-commerce*, hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* sering kali masih kalah saing dengan pasar fisik.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas produk (X_1), harga produk (X_2), kemudahan penggunaan (X_3), dan ulasan produk (X_4) baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian (Y) produk *fashion & accessories* pada *e-commerce* Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon ditinjau dari perspektif ekonomi islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 385 responden dari populasi 2.302 menggunakan rumus *Cochran* dengan standar error 5%. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis pertama diterima yakni kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *e-commerce* dengan pengaruh parsial sebesar 17,7%. Hipotesis kedua diterima yakni harga produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *e-commerce* dengan pengaruh parsial sebesar 10,5%. Hipotesis ketiga diterima yakni kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *e-commerce* dengan pengaruh parsial sebesar 22,5%. Hipotesis keempat diterima yakni ulasan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *e-commerce* dengan pengaruh parsial sebesar 25,8%. Hipotesis kelima diterima yakni kualitas produk, harga produk, kemudahan penggunaan dan ulasan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *e-commerce* dengan pengaruh simultan sebesar 76,6%.

Kata Kunci: *kualitas produk, harga produk, kemudahan penggunaan, ulasan produk, keputusan pembelian, mahasiswa.*

ABSTRACT

NENI FITRIYANI. NIM: 1908203057, "ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE PURCHASE DECISION OF E-COMMERCE PRODUCTS (Survey of Undergraduate Students of the Islamic Faculty of Economics and Business IAIN Syekh Nurjati Cirebon)", 2023.

The phenomenon of the digital economy in Indonesia is experiencing quite a high speed, this phenomenon has an impact and even leads to competition, especially for companies that focus on the digital economy, and creates a shift in the role of the physical market which switches to the online market. This shift can be felt by the rise of buying and selling transactions that occur online in e-commerce. Even so, in practice there are still many consumers who are disappointed with e-commerce products, this shows that e-commerce is often still unable to compete with physical markets.

This study aims to analyze the influence of product quality variables (X_1), product price (X_2), ease of use (X_3), and product reviews (X_4) both partially and simultaneously on purchasing decisions (Y) for fashion & accessories products in e-commerce S1 Students of the Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Syekh Nurjati Cirebon from an Islamic economic perspective. This type of research is survey research using a quantitative approach. The type of data used is primary data obtained from distributing questionnaires. The number of samples in this study were 385 respondents from a population of 2,302 using the Cochran formula with a standard error of 5%. The data analysis technique used in this study is the research instrument test, the classical assumption test, the multiple linear regression analysis test, the coefficient of determination test and the hypothesis test.

The results showed that the first hypothesis was accepted, namely product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions for e-commerce products with a partial effect of 17,7%. The second hypothesis is accepted, namely product prices have a positive and significant effect on purchasing decisions for e-commerce products with a partial effect of 10,5%. The third hypothesis is accepted, namely ease of use has a positive and significant effect on purchasing decisions for e-commerce products with a partial effect of 22,5%. The fourth hypothesis is accepted, namely product reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions for e-commerce products with a partial effect of 25,8%. The fifth hypothesis is accepted, namely product quality, product price, ease of use and product reviews have a positive and significant effect on purchasing decisions of e-commerce products with a simultaneous effect of 76,6%.

Keywords: *product quality, product price, ease of use, product reviews, purchasing decisions, students.*

الملخص

نيني فطرياني. رقم التسجيل: ١٩٠٨٢٠٣٠٥٧. "تحليل العوامل المؤثرة في قرار شراء منتجات التجارة الإلكترونية (دراسة استقصائية لطلاب البكالوريوس في كلية الإقتصاد والأعمال الإسلامي معهد الشيخ نورجاتي الدولة الإسلامي للدين)", ٢٠٢٣.

تشهد ظاهرة تطور الاقتصاد الرقمي في إندونيسيا سرعة عالية جدًا ، فهذه الظاهرة لها تأثير بل تؤدي إلى المنافسة، خاصة بالنسبة للشركات التي تركز على الاقتصاد الرقمي ، وتحديث تحولاً في دور السوق المادي الذي يتحول إلى السوق عبر الإنترنت. يمكن الشعور بهذا التحول من خلال صعود معاملات البيع والشراء التي تحدث عبر الإنترنت في التجارة الإلكترونية. ومع ذلك ، من الناحية العملية ، لا يزال هناك العديد من المستهلكين الذين يشعرون بخيبة أمل من منتجات التجارة الإلكترونية ، وهذا يدل على أن التجارة الإلكترونية غالبًا ما تكون غير قادرة على التنافس مع الأسواق الفعلية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير متغيرات جودة المنتج (ق ١) وسعر المنتج (ق ٢) وسهولة الاستخدام (ق ٣) ومراجعة المنتج (ق ٤) جزئياً ومتزامناً على قرار الشراء (ي) لمنتجات الأزياء والإكسسوارات على التجارة الإلكترونية لطلاب البكالوريوس في كلية الإقتصاد والأعمال الإسلامي معهد الشيخ نورجاتي الدولة الإسلامي للدين من حيث المنظور الاقتصادي الإسلامي. هذا النوع من البحث هو بحث المسح باستخدام نهج كمي. نوع البيانات المستخدمة هو البيانات الأولية التي تم الحصول عليها من توزيع الاستبيانات. كانت العينة الإجمالية في هذه الدراسة ٣٨٥ مستجيباً من مجتمع مكون من ٢٣٠٢ باستخدام صيغة كوكران مع خطأ معياري بنسبة ٥٪. تقنيات تحليل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي اختبارات أدوات البحث ، واختبارات الافتراض الكلاسيكية ، واختبارات تحليل الانحدار الخطي المتعدد ، واختبارات معامل التحديد واختبارات الفرضيات.

وأظهرت النتائج قبول الفرضية الأولى، وهي أن جودة المنتج كان لها تأثير إيجابي وكبير على قرار شراء منتجات التجارة الإلكترونية بتأثير جزئي بنسبة ١٧,٧٪. يتم قبول الفرضية الثانية وهي أن أسعار المنتجات لها تأثير إيجابي وكبير على قرار شراء منتجات التجارة الإلكترونية بتأثير جزئي بنسبة ١٠,٥٪. يتم قبول الفرضية الثالثة وهي أن سهولة الاستخدام لها تأثير إيجابي وكبير على قرار شراء منتجات التجارة الإلكترونية بتأثير جزئي بنسبة ٢٢,٥٪. يتم قبول الفرضية الرابعة وهي أن مراجعات المنتجات لها تأثير إيجابي وكبير على قرار شراء منتجات التجارة الإلكترونية بتأثير جزئي بنسبة ٢٥,٨٪. يتم قبول الفرضية الخامسة وهي جودة المنتج وسعر المنتج وسهولة الاستخدام ومراجعات المنتجات لها تأثير إيجابي وكبير على قرار شراء منتجات التجارة الإلكترونية بتأثير متزامن بنسبة ٧٦,٦٪.

كلمات البحث: جودة المنتج ، سعر المنتج ، سهولة الاستخدام ، مراجعات المنتج ، قرارات الشراء ، طلاب الجامعات.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK E-COMMERCE (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Oleh:

NENI FITRIYANI

1908203057

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing I

20/1/25



Dr. H. Avus Ahmad Yusuf, M.Si
NIP. 197108012000031001



Abdul Fatakh, M.Hum
NIP. 197901142014111001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefullah, M.Ag
NIP. 197603122003121003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK E-COMMERCE (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Oleh:

NENI FITRIYANI

1908203057

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing I

20/1/25



Dr. H. Avus Ahmad Yusuf, M.Si
NIP. 197108012000031001

Abdul Fatakh, M.Hum
NIP. 197901142014111001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefullah, M.Ag

NIP. 197603122003121003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE* (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, oleh Neni Fitriyani NIM: 1908203057, telah diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasyah,

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,



Eef Saefullah, M.Ag

NIP. 197603122003121003

Penguji I,

Dr. Rita Kusumadewi, SE., MM

NIP. 198404222011012018



Nur Eka Setiowati, M.Si

NIP. 198103082006042001

Penguji II,

Toto Suharto, M.Si

NIP. 196811232000031001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohiim

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Neni Fitriyani

NIM : 1908203057

Tempat, Tanggal Lahir: Subang, 23 September 2002

Alamat : Dusun. Krajan RT/RW 01/01, Desa. Wanajaya Kec.

Tambakdahan, Kab. Subang

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *E-COMMERCE* (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dan sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 13 Februari 2023

Saya yang menyatakan,



Neni Fitriyani
NIM. 1908203057

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Wasyukurillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat yang telah Engkau berikan membuat serta memberi kekuatan dalam diri ini untuk dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini dengan tepat waktu. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan dan panutan bagi semua umat.

Kupersembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tuaku tercinta sebagai tanda hormat, bakti dan rasa terima kasih kepada abah dan emak yang selama ini telah memberikan dukungan baik berupa kasih sayang, doa, materi dan motivasi yang tidak mungkin dapat kubalas hanya dengan sebuah kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Semoga ini menjadi awal untuk membuat abah dan emak bahagia karena aku sadar, selama ini belum bisa berbuat lebih untuk kalian yang selalu membuatku termotivasi dan menasihati untuk menjadi orang yang lebih baik lagi kedepannya. Insha Allah abah dan emak akan selalu ada dalam setiap do'a dan langkahku serta kelak akan menjadi orang yang paling utama dalam kesuksesanku baik di dunia maupun di akhirat.

Untuk kakak-kakak ku, keponakan-keponakan ku dan semua keluargaku terima kasih telah menjadi penyemangatku dan memberikan dukungan dalam pendidikanku. Semoga kalian selalu diberikan kesehatan agar terus dapat menemaniku dan menjadi penyemangatku dan semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT.

Untuk sahabat-sahabatku Perbankan Syariah B Angkatan 2019, Santri Annidhom Angkatan 2019, Alumni PP Nihayatul Amal Angkatan 2013-2019, kating-kating tersayangku serta sahabat-sahabat lainnya yang tak bisa ku sebutkan satu persatu, terima kasih selalu menjadi motivasi untukku, memberikan waktu luang untuk sekedar mendengar keluh kesahku dan memberikan dukungan dan do'a atas segala usahaku. Terima kasih banyak sudah menjadi sahabat-sahabat yang luar biasa untukku, semoga kalian sehat selalu dan selalu dalam lindungan-Nya.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Neni Fitriyani, lahir pada tanggal 23 September 2002 di Subang, Jawa Barat. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara lahir dari pasangan Bapak Jumas dan Ibu Anih. Penulis bertempat tinggal di Kp. Krajan Desa. Wanajaya RT/RW 001/001 Kec. Tambakdahan Kab. Subang

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

1. SD Negeri Budimulya, Subang pada tahun 2008-2013
2. MTs Negeri Rawamerta, Karawang pada tahun 2013-2016
3. MA Swasta Nihayatul Amal, Karawang pada tahun 2016-2019
4. Pondok Pesantren Nihayatul Amal, Karawang pada tahun 2013-2019
5. Pondok Pesantren An-Nidhom, Cirebon pada tahun 2019-2023

Penulis menempuh program pendidikan Strata Satu (S-1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah dan mengambil judul skripsi “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk *E-commerce* (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**” dibawah bimbingan bapak Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, M.Si dan Bapak Abdul Fatakh, M.Hum.

MOTTO HIDUP

“La Tarum ‘Ilman Wa Tatrakatta’ab (ntong hayang boga elmu aih mbung capek)”

“Love Yourself”

-Penulis-



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk *E-commerce* (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”**.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, terutama dukungan dari orangtua yang selalu mendukung dan memotivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan, dan kepada Rasulullah SAW yang menjadi tauladan.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan do'a, motivasi, dukungan materil dan non materil, serta kepada kakak-kakak ku dan keponakan keponakan ku tercinta yang selalu memberikan semangat tanpa henti sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak Eef Saefullah, M.Ag, Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
6. Ibu Nur Eka Setiowati, M.Si, Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
7. Bapak Drs. H. Robbani MM., M.Ag selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberi arahan dan bimbingan selama perkuliahan.
8. Bapak Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan Bapak Abdul Fatakh, M.Hum, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang

telah memberikan banyak perhatian, kesabaran, ilmu yang bermanfaat dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

9. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
10. Untuk sahabat-sahabatku yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama penulis menempuh Studi Jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
11. Seluruh teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh Studi Jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu selama proses perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini.

Penulis hanya dapat berucap terimakasih, serta berdo'a atas segala motivasi dan dukungan yang telah diberikan, semoga Allah SWT melipatgandakan pahala kebaikan yang telah terjadi. Aamiin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin, Jazakumullah Khairon,
Wassalamua'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Cirebon, 13 Februari 2023

Penulis,

Neni Fitriyani
NIM. 1908203057

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	9
1. Identifikasi Masalah	9
2. Batasan Masalah	10
3. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Manfaat Penelitian	12
D. Sistematika Penulisan	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Landasan Teori	14
1. Perdagangan Elektronik (<i>E-commerce</i>)	14

2. Perilaku Konsumen	30
3. Keputusan Pembelian	37
4. Kualitas Produk	47
5. Harga Produk.....	54
6. Kemudahan Penggunaan	58
7. Ulasan Produk	63
B. Penelitian Terdahulu	67
C. Kerangka Berpikir	76
1. Keterkaitan Kualitas Produk (X_1) Dengan Keputusan Pembelian (Y)...	79
2. Keterkaitan Harga Produk (X_2) Dengan Keputusan Pembelian (Y)	80
3. Keterkaitan Kemudahan Penggunaan (X_3) Dengan Keputusan Pembelian (Y)	80
4. Keterkaitan Ulasan Produk (X_4) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	81
D. Hipotesis Penelitian.....	82
BAB III METODE PENELITIAN	84
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	84
B. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	84
C. Penentuan Populasi Dan Sampel.....	85
1. Populasi	85
2. Sampel.....	86
D. Jenis Dan Sumber Data	88
1. Data Primer.....	89
2. Data Sekunder	89
E. Teknik Pengumpulan Data	89
1. Wawancara	89
2. Observasi	90
3. Dokumentasi.....	90
4. Kuesioner.....	91
F. Skala Pengukuran.....	91
G. Definisi Operasional Variabel.....	92
H. Teknik Analisis Data.....	97
1. Uji Instrumen Data	97

2. Uji Asumsi Klasik	98
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	100
4. Uji Hipotesis.....	100
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	102
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	102
B. Hasil Penelitian.....	103
1. Analisis Deskriptif Data Responden	103
2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	110
3. Hasil Uji Instrumen Data.....	118
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	123
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	126
6. Hasil Uji Hipotesis	129
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	136
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion & Accessories</i> pada <i>e-commerce</i> Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon	136
2. Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion & Accessories</i> pada <i>e-commerce</i> Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.....	138
3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion & Accessories</i> pada <i>e-commerce</i> Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon	140
4. Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion & Accessories</i> pada <i>e-commerce</i> Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon	142
5. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion & Accessories</i> pada <i>e-commerce</i> Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.....	144
BAB V PENUTUP.....	147
A. Kesimpulan.....	147
B. Saran Dan Rekomendasi	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN.....	157

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan Konsumen Pengguna <i>E-commerce</i>	5
Gambar 1. 2 Perbandingan Harga Produk <i>Fashion & Accessories</i> Pada E Commerce.....	7
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	32
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	79



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Pengguna dan tingkat penetrasi <i>e-commerce</i> di Indonesia 2017-2023.....	1
Grafik 1. 2 Data Survei KIC: Generasi Z.....	3
Grafik 1. 3 Produk yang Rutin Dibelanjakan Menurut Generasi (Juni 2022) 3	
Grafik 1. 4 Ketidakpuasan Konsumen dengan pengalaman digital	5
Grafik 4. 1 Hasil Uji Normalitas Grafik	124



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan Dan Perbedaan Transaksi <i>E-commerce</i> dengan Transaksi <i>As-Salam</i>	28
Tabel 2. 2 Contoh Beberapa Keputusan Yang Harus Dilakukan Konsumen	38
Tabel 3. 1 Mahasiswa S1 FEBI Per-Jurusan & Per-Tingkat.....	85
Tabel 3. 2 Populasi & Sampel Perjurusan	88
Tabel 3. 3 Kriteria Skala Likert.....	91
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Penelitian	922
Tabel 4. 1 Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.....	102
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	103
Tabel 4. 3 Usia Responden	104
Tabel 4. 4 Program Studi/Jurusan Responden	104
Tabel 4. 5 Semester Responden	107
Tabel 4. 6 Uang Saku Perbulan Responden	108
Tabel 4. 7 Situs <i>E-commerce</i> Yang Digunakan Untuk Membeli Produk <i>Fashion & Accessories</i>	108
Tabel 4. 8 Deskripsi Situs <i>E-commerce</i> Lainnya	109
Tabel 4. 9 Seberapa Sering Melakukan Transaksi Pembelian Produk <i>Fashion & Accessories</i> Pada <i>E-commerce</i>	110
Tabel 4. 10 Persentase Kategori Item Operasional Kualitas Produk (X_1).....	111
Tabel 4. 11 Persentase Kategori Item Operasional Harga Produk (X_2)	112
Tabel 4. 12 Persentase Kategori Item Operasional Kemudahan Penggunaan (X_3).....	114
Tabel 4. 13 Persentase Kategori Item Operasional Ulasan Produk (X_4)	115
Tabel 4. 14 Persentase Kategori Item Operasional Keputusan Pembelian (Y).....	117
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	119
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Harga Produk (X_2).....	120
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X_3)	120
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Ulasan Produk (X_4).....	121
Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	121
Tabel 4. 20 Hasil Uji Reliabilitas	122
Tabel 4. 21 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Pendekatan Exact P-Value.....	123
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinearitas	125
Tabel 4. 23 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	126
Tabel 4. 24 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	127
Tabel 4. 25 Hasil Uji Regresi Pengaruh Individual	129
Tabel 4. 26 Hasil Uji T Parsial	130
Tabel 4. 27 Hasil Uji F Simultan.....	134
Tabel 4. 28 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	135

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SK Dosen Pembimbing Skripsi.....	158
LAMPIRAN 2 Surat Pengantar Penelitian	159
LAMPIRAN 3 Kuesioner Penelitian	160
LAMPIRAN 4 Data Responden Penelitian	167
LAMPIRAN 5 Tabulasi Data Penelitian.....	200
LAMPIRAN 6 Hasil <i>Output</i> Uji Instrumen Data.....	257
LAMPIRAN 7 Hasil <i>Output</i> Uji Normalitas.....	264
LAMPIRAN 8: Hasil <i>Output</i> Analisis Regresi Linier Berganda	265
LAMPIRAN 9: Hasil <i>Output</i> Uji Hipotesis.....	265
LAMPIRAN 10 Dokumentasi Wawancara Pra-Observasi.....	266



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 10 September 1987 nomor: 158/1987 dan nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di atas)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
أَوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَيْفَ = kaifa
- حَوْلَ = ḥaula
- وَعَدَ = wa'ada

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	Fathah dan alif	ā	a dan garis di atas
ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ = qāla
- قِيلَ = qīla
- يَقُولُ = yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang dapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

Apabila pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- نِهْيَايَةُ الْأَمَلِ = nihayatul 'amal
- الْمَدِينَةُ = al-madīnah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- مَدَّ = madda
- فَرَّحَ = farraha

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- النِّسَاءُ = an-nisāu
- الْوَالِدُ = al-waladu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof, namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- أَمَلٌ = a'mala
- سَأَلَ = sa'ala
- قَرَأَ = qara'a

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fiil, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ = wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/
wainnallāha fahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا = bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistematika tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya; huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = alḥamdu lillāhi rabbi al-`ālamīna/ alḥamdu lillāhi
rabbil-`ālamīna
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ = ar-raḥmānir raḥīm/ ar-raḥmān ar-raḥīm