

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN
TAGLINE GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI
MAHASISWA DI *E-COMMERCE* SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

LITA RAHMATIKA
NIM : 1608203178



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1444 H/2022

ABSTRAK

LITA RAHMATIKA. NIM: 1608203178. PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN TAGLINE GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)". Skripsi 2022.

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi internet sudah sangat pesat, salah satunya adalah perkembangan dunia digital khususnya sektor *e-commerce*. Persaingan bisnis yang ketat menuntut sebuah perusahaan untuk bersaing dengan harga dan kualitas, sehingga akan memberikan kontribusi positif bagi eksistensi bisnis dimasa yang akan datang. Harga merupakan faktor utama yang memengaruhi pembelian secara *online*. Persepsi harga sangat erat kaitannya dengan minat beli, semakin terjangkau harga suatu barang semakin banyak minat beli. Selain adanya membandingkan serta mempetimbangkan biaya yang dikeluarkan dalam berbelanja online, adanya kepercayaan yang juga mempengaruhi niat beli konsumen. Program gratis ongkos kirim dari Shopee merupakan hal yang sangat menarik bagi para penggunanya sehingga banyak sekali pengguna Shopee mencoba untuk berbelanja dan juga berjualan di Shopee, diharapkan dengan tagline tersebut mampu memberikan kesan yang mendalam sehingga mudah diingat oleh konsumen.

Penelitian ini ditunjukkan untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh persepsi harga, kepercayaan dan *tagline* gratis ongkir terhadap minat beli mahasiswa di *e-commerce* shopee. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dengan sumber data berasal dari kuesioner. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 63 responden dari populasi 170 menggunakan rumus slovin dengan standar eror 0,1 atau 10%. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis persamaan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistic 26.

Hasil dari penelitian ini bahwa persepsi harga secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa di *e-commerce* shopee dengan nilai signifikansi 0,000, Begitu juga dengan variabel kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa di *e-commerce* shopee dengan nilai signifikansi 0,044 serta variabel *tagline* gratis ongkir memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa di *e-commerce* shopee dengan nilai signifikansi 0,014. Secara simultan persepsi harga, kepercayaan dan *tagline* gratis ongkir bersama-sama mempengaruhi minat beli mahasiswa di *e-commerce* shopee dengan kontribusi sebesar 82%, sedangkan 18% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kepercayaan, *Tagline* Gratis Ongkir, Minat Beli, *E-Commerce*

ABSTRACT

LITA RAHMATIKA. NIM: 1608203178. THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, TRUST AND FREE SHIPPING TAGLINE ON STUDENT'S BUYING INTEREST IN E-COMMERCE SHOPEE (Study on Islamic Banking Students IAIN Syekh Nurjati Cirebon)". Thesis 2022..

In the current era of globalization, the development of internet technology is very rapid, one of which is the development of the digital world, especially the e-commerce sector. Intense business competition requires a company to compete with price and quality, so that it will make a positive contribution to the existence of the business in the future. Price is a major factor influencing online purchases. Price perception is closely related to buying interest, the more affordable the price of an item, the more buying interest. In addition to comparing and considering the costs incurred in shopping online, there is trust that also affects consumer buying intentions. The free shipping program from Shopee is a very interesting thing for its users so that many Shopee users try to shop and also sell on Shopee, it is hoped that the tagline will be able to give a deep impression so that it is easy for consumers to remember.

This study is intended to analyze whether there is an effect of price perception, trust and free shipping tagline on students' buying interest in e-commerce shopee. This type of research is descriptive using a quantitative approach. The type of data used is primary data with data sources derived from questionnaires. The number of samples in this study were 63 respondents from a population of 170 using the Slovin formula with a standard error of 0.1 or 10%. The data analysis technique used in this research is using multiple linear regression equation analysis with the help of the IBM SPSS Statistic 26 application.

The results of this study show that price perception partially has a significant effect on student buying interest in e-commerce shopee with a significance value of 0.000, Likewise, the trust variable partially has a significant influence on student buying interest in e-commerce shopee with a significance value of 0.044 and The free postage tagline variable has a significant effect on students' buying interest in e-commerce shopee with a significance value of 0.014. Simultaneously the perception of price, trust and the free shipping tagline together affect students' buying interest in e-commerce shopee with a contribution of 82%, while 18% is influenced by other variables.

Keywords: *Price Perception, Trust, Tagline Free Shipping, Buying Interest, E-Commerce*

المخلص

ليتا رحماتيكا. NIM: 1608203178. تأثير تصور السعر والثقة والشحن المجاني على مصلحة شراء الطلاب في متجر التجارة الإلكترونية (دراسة عن طلاب الصيرفة الإسلامية IAIN Syekh Nurjati Cirebon) "أطروحة 2022

في عصر العولمة الحالي ، تطور تكنولوجيا الإنترنت سريع للغاية ، أحدها هو تطور العالم الرقمي ، وخاصة قطاع التجارة الإلكترونية. تتطلب المنافسة التجارية الشديدة أن تتنافس الشركة بالسعر والجودة ، بحيث تقدم مساهمة إيجابية في وجود الأعمال في المستقبل. السعر هو عامل رئيسي يؤثر على عمليات الشراء عبر الإنترنت. يرتبط إدراك السعر ارتباطاً وثيقاً باهتمام الشراء ، فكلما كان سعر العنصر في المتناول ، زاد الاهتمام بالشراء. بالإضافة إلى مقارنة التكاليف المتكبدة في التسوق عبر الإنترنت والنظر فيها ، هناك ثقة تؤثر أيضاً على نوايا الشراء لدى المستهلك. يعد برنامج الشحن المجاني من Shopee شيئاً مثيراً للاهتمام للغاية لمستخدميه بحيث يحاول العديد من مستخدمي Shopee التسوق والبيع أيضاً على Shopee ، ومن المأمول أن يكون الشعار قادراً على إعطاء انطباع عميق بحيث يكون من السهل على المستهلكين القيام بذلك. تذكر.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ما إذا كان هناك تأثير لإدراك السعر والثقة وشعار الشحن المجاني على اهتمام الطلاب بشراء متجر التجارة الإلكترونية. هذا النوع من البحث وصفي باستخدام نهج كمي. نوع البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية مع مصادر البيانات المستمدة من الاستبيانات. كان عدد العينات في هذه الدراسة 63 مستجيباً من مجموعة سكانية من 170 باستخدام صيغة Slovin مع خطأ معياري 0.1 أو 10%. تستخدم تقنية تحليل البيانات المستخدمة في هذا البحث تحليل معادلات الانحدار الخطي المتعددة بمساعدة تطبيق IBM SPSS Statistic 26.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن إدراك السعر له تأثير كبير على اهتمام الطلاب بشراء متجر التجارة الإلكترونية بقيمة دلالة 0.000 ، وبالمثل ، فإن متغير الثقة له تأثير كبير على اهتمام الطلاب بشراء متجر التجارة الإلكترونية مع قيمة دلالة 0.044 ومتغير سطر الوصف البريدي المجاني له تأثير كبير على اهتمام الطلاب بشراء متجر التجارة الإلكترونية بقيمة معنوية تبلغ 0.014. في الوقت نفسه ، يؤثر تصور السعر والثقة وشعار الشحن المجاني معاً على اهتمام الطلاب بشراء متجر التجارة الإلكترونية بمساهمة تبلغ 82% ، بينما يتأثر 18% بمتغيرات أخرى .

الكلمات المفتاحية: تصور السعر ، الثقة ، سطر الوصف شحن مجاني ، فوائد الشراء ، التجارة

الإلكترونية

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN *TAGLINE*
GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI
E-COMMERCE SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

Disusun Oleh:

Lita Rahmatika
NIM: 1608203178

Menyetujui

Pembimbing I

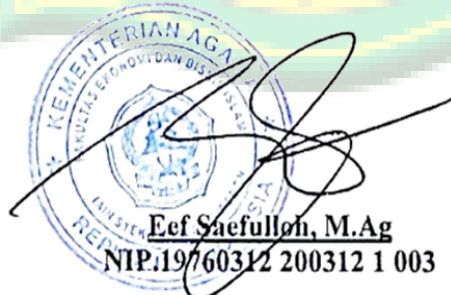
Pembimbing II

Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003

Diana Djuwita, MM
NIP. 19800314 200801 2 018

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Eef Saefulloh, M.Ag
NIP.19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi Lita Rahmatika, NIM: 1608203178, Judul skripsi **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN TAGLINE .GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”** kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosahkan.

Demikian nota dinas ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr. Wb

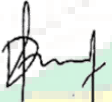
Cirebon, November 2022

Pembimbing I

Pembimbing II


Eef Saefulloh, M.Ag

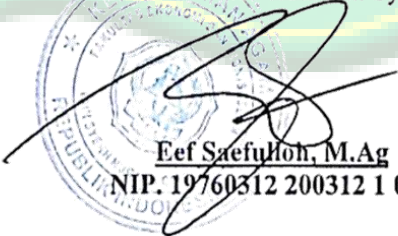
NIP. 19760312 200312 1 003


Diana Djuwita, MM

NIP. 19800314 200801 2 018

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN *TAGLINE* GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI *E-COMMERCE* SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, oleh Lita Rahmatika, NIM: 1608203178, telah diajukan dalam sidang Munaqasah Institusi Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada 28 November 2022.

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

Sidang Munaqasah

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang



Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19760312 200312 1 003



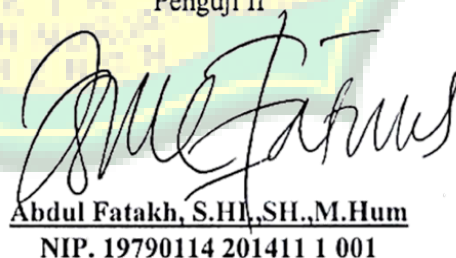
Nur Eka Setiowati S.Pd, M.Si
NIP. 19810308 200604 2 000

Penguji I

Penguji II



Alvien Septian Haerisma, MSI.
NIP. 19800912 200604 1 001



Abdul Fatakh, S.HI.,SH.,M.Hum
NIP. 19790114 201411 1 001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lita Rahmatika

NIM : 1608203178

Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 16 Maret 1999

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN TAGLINE GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”** ini beserta isinya adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari 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 di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 15 November 2022

Saya yang menyatakan,



Lita Rahmatika
NIM. 1608203178

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Lita Rahmatika, dilahirkan di Cirebon 16 Maret 1999, anak terakhir dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Abdul Rodin dan Ibu Caswi. Penulis tinggal di Desa Babakan Losari, Dusun Wage, RT 001/RW 005, Kecamatan Pabedilan, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, 45193.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. SDN 1 Babakan Losari tahun 2004-2010
2. SMPN 1 Ciledug tahun 2010-2013
3. SMAN 1 Babakan tahun 2013-2016
4. IAIN Syekh Nujati Cirebon tahun 2016-2022

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Perbankan Syariah dan mengambil judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN TAGLINE GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**, dibawah bimbingan Pak Eef Saefulloh, M.Ag dan Ibu Diana Djuwita, MM.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bissmillahirahmanirahim.....

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberiku kekuatan, membekaliku dengan ilmu dan mengasihiku dengan cinta dan kasih sayang. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah SAW. Ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Ibunda dan Ayahanda Tercinta

Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Caswi) dan Ayah (Abdul Rodin) yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selebar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuah Ibu dan Ayah bahagia, karena kusadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatu termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik.

Terima kasih Ibu..

MOTTO

“Hasbunallah wanikmal wakil”

“Inna ma'al usri yusro fa inna ma'al usri yusro”



KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَآلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ آمِينَ

Segala puja dan puji bagi-Mu Rabby, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KEPERCAYAAN DAN TAGLINE GRATIS ONGKIR TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI E-COMMERCE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”** dengan baik. Shalawat serta salam selalu terhanturkan untukmu Baginda Agung Ya Rasulullah, karena beliau kami dapat mengetahui mana yang benar dan mana yang salah.

Suatu kebanggaan yang tak terkira bagi diri saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Saya sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya campur tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, izinkan saya untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ayahanda Bapak Abdul Rodin dan Ibu Caswi tercinta yang telah memberikan doa, motivasi, spirit, dan kasih sayang yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Dr. H. Aan Djaelani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
5. Ibu Nur Eka Setiowati S.Pd., M.Si selaku Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah.

6. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag dan Ibu Diana Djuwita, MM selaku pembimbing I dan II skripsi yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dosen Perbankan Syariah atas ilmu yang diberikan selama ini, semoga ilmu yang telah didapatkan penulis dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.
8. Keluarga serta sepupu kesayanganku Krisna Kris Diansyah, Erlinda Rizka Muthia, Gamawan Heikmatyar, dan terutama pada ponakan pertamaku Ezhar Dzakwan Rafaizan.
9. Sahabatku Fuji Fauziah, Neng Cita Rahayu, Rohmatullah, Fajar Maulana, Vony Octaviany Silvi Yanti, Husnul Khotimah, Anggun Purbaningrum Rahmawati.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan.

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. Amin, Jazakumullahu khairul jaza, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cirebon, 15 November 2022

Penyusun

Lita Rahmatika
NIM. 1608203178

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
1. Identifikasi Masalah.....	12
2. Batasan Masalah.....	12
3. Pertanyaan Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. <i>E-Commerce</i>	15
1. Pengertian <i>e-commerce</i>	15
2. Jenis-jenis <i>e-commerce</i>	15
3. Komponen E-Commerce.....	16
4. <i>E-commerce</i> dalam perspektif Islam.....	17
B. Minat Beli.....	18
1. Pengertian Minat Beli.....	18

2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	19
3.	Dimensi Minat Beli	20
C.	Persepsi Harga.....	21
1.	Pengertian Persepsi Harga	21
2.	Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	22
3.	Dimensi Persepsi Harga.....	23
D.	Kepercayaan.....	23
1.	Definisi Kepercayaan.....	23
2.	Dimensi Kepercayaan	25
3.	Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	26
E.	Tagline	27
1.	Pengertian <i>Tagline</i>	27
2.	Karakteristik Tagline	29
3.	Dimensi <i>Tagline</i>	29
4.	Jenis <i>Tagline</i>	30
5.	<i>Tagline</i> “Gratis Ongkir”	30
F.	Penelitian Terdahulu	32
G.	Kerangka Berfikir	37
H.	Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN		40
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	40
1.	Tempat Penelitian	40
2.	Waktu Penelitian	40
B.	Metode Penelitian	40
C.	Sumber Data.....	41
1.	Data Primer	41
2.	Data Sekunder	41
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.	Kuisioner	41
2.	Metode Kepustakaan	42
E.	Populasi dan Sampel.....	42
1.	Populasi.....	42
2.	Sampel	42
F.	Variabel Penelitian	43

1.	Variabel Bebas (Independen)	44
2.	Variabel Terikat (Dependen).....	44
G.	Operasional Variabel	44
H.	Teknik Analisis Data	47
1.	Uji Instrumen.....	47
2.	Uji Hipotesis.....	51
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	53
1.	Sejarah dan penjelasan singkat Shopee	53
2.	Tujuan Shopee	54
3.	Gratis ongkir Shopee	54
B.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1.	Sejarah Pendirian Jurusan Perbankan Syariah	55
2.	Visi Misi dan Tujuan Jurusan Perbankan Syariah.....	55
3.	Struktur Organisasi Jurusan Perbankan Syariah	56
C.	Gambaran Umum Distribusi Variabel.....	57
1.	Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X_1)	57
2.	Deskripsi Variabel Kepercayaan (X_2)	58
3.	Deskripsi Variabel <i>Tagline</i> Gratis Ongkir (X_3).....	59
4.	Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	59
D.	Hasil Penelitian	60
1.	Uji Validitas	60
2.	Uji Reliabilitas.....	62
3.	Uji Asumsi Klasik	62
4.	Uji Analisis Linier Berganda	65
5.	Uji Hipotesis.....	67
6.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
D.	Pembahasan Penelitian	72
1.	Pengaruh persepsi harga terhadap minat beli mahasiswa di <i>e-commerce</i> shopee	72
2.	Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli mahasiswa di <i>e-commerce</i> shopee	74
3.	Pengaruh <i>tagline</i> gratis ongkir terhadap minat beli mahasiswa di <i>e-commerce</i> shopee	76

4. Pengaruh persepsi harga, kepercayaan dan tageline gratis ongkir terhadap minat beli mahasiswa di <i>e-commerce</i> shopee.....	78
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Skala Likert	41
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	44
Tabel 4.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Persepsi Harga (X_1) ...	57
Tabel 4.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan (X_2).....	58
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Tagline Gratis Ongkir (X_3).....	59
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Minat Beli (Y)	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas (X_1), (X_2), (X_3), (Y)	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.10 Hasil Output Uji Pengaruh Individual	66
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Uji Parsial)	67
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 TOP E-Commerce Berdasarkan Ranking.....	4
Gambar 1.2 Reasons for Not Shopping Online	7
Gambar 1.3 Alvara Research Center.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Jurusan Perbankan Syariah	56
Gambar 4.1 Uji Heretokedastisitas	64



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Data Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga, Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan, Hasil Uji Validitas Variabel Tagline, Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tagline
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli, Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli
- Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas, Hasil Uji Multikolinearitas, Hasil Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Autokorelasi, Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Hasil Uji T Hipotesis, Hasil Uji F Simultan
- Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi, Hasil Uji Pengaruh Individual
- Lampiran 10 KUESIONER (ANGKET)
- Lampiran 11 SK dan Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 13 Statistik Jumlah Mahasiswa Semester Ganjil Jurusan Perbankan Syariah Tahun Akademik 2022/2023-1

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 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, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ś a	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ a	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Ş	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ş a	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍ ad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭ a	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓ a	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	–‘	koma terbalik (didas)

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	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkal atau *difong*.

1. Vokal Tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
◌ ُ	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *kataba*

سُئِلَ = *su'ila*

حَسُنَ = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
— ي /	fathah dan ya	Ai	a dan i
— و /	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = *kaifa*

قَوْلٌ = *qaula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يا	fathah dan alif / ya	Â	a dan garis atas
ي	fathah dan ya	I	i dan garis atas
و	dammah dan wau	Ú	u dan garis atas

Contoh :

قَالَ سُبْحَانَكَ = *qala subhanaka*

إِذْ قَالَ يُسُوفُ لِأَبِيهِ = *iz qala yusufu li abihi*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

1. Ta Marbutah Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta Marbutah Mati

Ta Marbutah yang mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = *raudah al-atfal* atau *raudatul atfal*

طَلْحَةُ = *talhah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *syaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

Contoh :

رَبَّنَا = _ *rabbana*

نُعِمَّ = _ *nu' ima*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan ل. Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu :

Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu :

1.	ت	T	8.	ش	Sy
2.	ث	S	9.	ص	ṣ
3.	د	D	10.	ض	ḍ
4.	ذ	Z	11.	ط	ṭ
5.	ر	R	12.	ظ	ẓ
6.	ز	Z	13.	ل	L

7.	س	S	14.	ن	N
----	---	---	-----	---	---

Contoh :

أَلَدَّ هُرُ = *ad-dahru* أَشْمَسُ = *asy-syamsu*
 أَلْتَمَلُ = *an-namlu* أَلَلْنُ = *al-lailu*

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya.

Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu :

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح	h	11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	-'	13.	ه	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

أَلْقَمَرُ = *al-qamaru*
 أَلْفَقْرُ = *al-faqru*
 أَلْغَيْبُ = *al-gaibu*
 أَلْأَيْنُ = *al-'ainu*

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*. Contoh:

شَيْءٌ = *syai'un* أَمْرٌ = *umirtu*
 إِنَّ = *inna* أَكَلٌ = *akala*

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *haraf*, 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 transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ = *Ibrahim al Khalil atau Ibrahimul-Khalil*

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا = *Bissmillahi majraha wa mursaha*

9. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang. Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ = *Wa ma Muhammad illa rasul*

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ = *Alhamdu lillahi rabbil-'alamin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا = *Lillahi al-amru jami'an*

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ = *Wallahu bi kulli syai'in 'alim*

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin.

