

**PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
TINGKAT S1 DI KOTA CIREBON)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh :

**WINA ANDRIYANI**

**NIM . 1908204098**

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

**1444 H /2023 M**

**PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
TINGKAT S1 DI KOTA CIREBON)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

**1444 H /2023 M**

## ABSTRAK

**WINA ANDRIYANI. NIM: 1908204098, “PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA TINGKAT S1 DI KOTA CIREBON), 2023.”**

Saat ini perkembangan dunia teknologi semakin maju, dengan pesatnya perkembangan teknologi, metode pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Salah satu marketplace yang saat ini digunakan adalah shopee. pada tahun 2018 konsumen online shop lebih memilih shopee untuk transaksi belanja online. Ketika konsumen melakukan transaksi, konsumen cenderung fokus pertama pada harga dan kualitas produk, karena harga dan kualitas produk cukup penting terhadap ketertarikan minat beli konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada marketplace shopee pada mahasiswa tingkat S1 di kota Cirebon. Adapun metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan model analisis jalur (path analysis). Penarikan sampel menggunakan purposive sampling untuk variabel bebas (X) yaitu harga, untuk variabel independen (Y) yaitu minat beli, dan untuk variabel intervening (M) yaitu kualitas produk. Pada penelitian ini jumlah responden yang digunakan adalah 100 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis jalur (path analysis).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis variabel harga tidak berpengaruh secara langsung terhadap minat beli konsumen pada marketplace shopee, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung < ttabel ( $1,580 < 1,661$ ) dengan nilai signifikan 0,117. Harga berpengaruh positif terhadap kualitas produk, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung > ttabel ( $8,161 > 1,661$ ) dan nilai signifikan sebesar 0,000. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada marketplace shopee, hal ini dibuktikan dengan nilai thitung > ttabel ( $3,694 > 1,661$ ) dengan nilai signifikan 0,000. Dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap minat beli konsumen dengan adanya kualitas produk sebagai variabel intervening, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien pengaruh tidak langsung > pengaruh secara langsung ( $0,261 > 0,117$ ).

Kata Kunci: Harga, Minat Beli, Kualitas Produk

## ABSTRACT

**WINA ANDRIYANI. NIM: 1908204098, "THE EFFECT OF PRICE ON CONSUMER PURCHASE INTEREST IN THE SHOPEE MARKETPLACE WITH PRODUCT QUALITY AS AN INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY OF UNDERGRADUATE STUDENTS IN CIREBON CITY)", 2023.**

At present the development of the world of technology is increasingly advanced, with the rapid development of technology, payment methods in economic transactions continue to change. One of the marketplaces that is currently being used is Shopee. In 2018 online shop consumers prefer Shopee for online shopping transactions. When consumers make transactions, consumers tend to focus first on price and product quality, because price and product quality are quite important for consumer buying interest.

The purpose of this study was to find out how much influence the price and product quality variables have on consumer buying interest in the Shopee marketplace for undergraduate students in the city of Cirebon. The method in this study uses quantitative research methods using path analysis models. Sampling used purposive sampling for the independent variable (X), namely price, for the dependent variable (Y), namely purchase intention, and for the intervening variable (M), namely product quality. In this study the number of respondents used was 100 respondents. The data obtained were then analyzed using path analysis.

The results of this study indicate that the analysis of the price variable has no direct effect on consumer buying interest in the Shopee marketplace, this is evidenced by the  $t_{count} < t_{table}$  ( $1.165 < 1.661$ ) with a significant value of 0.247. Price has a positive effect on product quality, this is evidenced by the value of  $t_{count} > t_{table}$  ( $7.488 > 1.661$ ) and a significant value of 0.000. Product quality has a positive effect on consumer buying interest in the Shopee marketplace, this is evidenced by the  $t_{count} > t_{table}$  ( $3.633 > 1.661$ ) with a significant value of 0.000. And price has an indirect effect on consumer buying interest with product quality as an intervening variable, this is indicated by the coefficient value of the indirect effect  $>$  direct effect ( $0.243 > 0.129$ ).

**Keywords:** Price, Purchase Intention, Product Quality



## الملخص

وبنا أندرياني. NIM: 1908204098 ، "تأثير السعر على اهتمام المستهلكين بالشراء في سوق SHOPEE مع جودة المنتج كمتغير متداخل (دراسة حالة على طلاب المستوى S1 في مدينة (CIREBON) ، 2023".

حاليا ، يتقدم تطور العالم التكنولوجي ، مع التطور السريع للتكنولوجيا ، تتغير طرق الدفع في المعاملات الاقتصادية باستمرار. أحد الأسواق المستخدمة حاليا هو shopee. في عام 2018 ، فضل مستهلكو المتاجر عبر الإنترنت Shopee لمعاملات التسوق عبر الإنترنت. عندما يقوم المستهلكون بإجراء المعاملات ، يميل المستهلكون إلى التركيز أولا على سعر وجودة المنتج ، لأن سعر وجودة المنتج مهمان جدا للاهتمام بشراء المستهلكين.

الغرض من هذه الدراسة هو معرفة مدى تأثير السعر المتغير وجودة المنتج على اهتمام المستهلكين بالشراء في سوق التسوق لطلاب المستوى S1 في مدينة Cirebon. تستخدم الطريقة في هذه الدراسة طرق البحث الكمي باستخدام نموذج تحليل المسار. يستخدم أخذ العينات أخذ العينات الهادف للمتغير الحر (X) وهو السعر ، والمتغير المستقل (Y) الذي هو شراء الفائدة ، والمتغير المتداخل (M) وهو جودة المنتج. في هذه الدراسة ، كان عدد المستجيبين المستخدمين 100 مستجيب. ثم يتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام تحليل المسار.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن تحليل متغيرات الأسعار ليس له تأثير مباشر على اهتمام المستهلكين الشرائي بسوق التسوق ، وينضح ذلك من خلال عدم وجود أي  $(t_{table} > 1,661 < 1,580)$  بقيمة معنوية تبلغ 0.117. السعر له تأثير إيجابي على جودة المنتج ، ويتضح ذلك من خلال عدم وجود  $(t_{table} > 1,661 < 8,161)$  بقيمة كبيرة تبلغ 0.000. جودة المنتج لها تأثير إيجابي على اهتمام المستهلكين بالشراء في سوق المشتريين ، ويتضح ذلك من خلال عدم وجود  $(t_{table} < 1,661 < 3,694)$  بقيمة كبيرة تبلغ 0.000. ويؤثر السعر بشكل غير مباشر على مصلحة المستهلكين الشرائية في وجود جودة المنتج كمتغير متداخل، ويشار إلى ذلك بقيمة معامل التأثير غير المباشر <math>(0.117 < 0.261)</math> المباشر).

الكلمات الدالة: السعر ، الفائدة على الشراء ، جودة المنتج

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
MARKETPLACE SHOPEE DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA  
TINGKAT S1 DI KOTA CIREBON)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah (EKOS)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Oleh :

**WINA ANDRIYANI**  
**NIM. 1908204098**

Pembimbing I

  
**Dr. Layanman, S.E., M.Si**  
**NIP. 197210072011011002**

Pembimbing II

  
**Mariyah Ulfah, M.E.Sy**  
**NIP.320170119800805201**

Pembimbing

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



## NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

*Assalamualaikum ,wr.wb*

Setelah melakukan arahan dan bimbingan serta koreksi terhadap penulisan saudara/I **WINA ANDRIYANI, NIM : 1908204098** dengan Judul **“PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA TINGKAT S1 DI KOTA CIREBON)”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah ( EKOS ), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

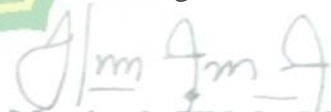
*Wassalamualaikum ,wr.wb.*

Pembimbing I



**Dr. Layanman, S.E,M.Si**  
**NIP. 197210072011011002**

Pembimbing II



**Mariyah Ulfah, M.E.Sy**  
**NIP.320170119800805201**

Menyetujui :

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA TINGKAT S1 DI KOTA CIREBON)”, Oleh **Wina Andriyani, Nim : 1908204098**, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon Pada tanggal 09 Maret 2023

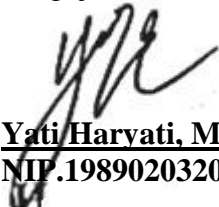
Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



Penguji I

  
**H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.**  
NIP. 197311252014111000

Penguji II

  
**Yati Harvati, M.Sc.**  
NIP.198902032019032000



## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirohim

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : WINA ANDRIYANI

NIM : 190204098

Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 07 Juli 2001

Alamat : Cirebon

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan Judul “ **PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA TINGKAT S1 DI KOTA CIREBON)**” ini beserta isinya adalah benar – benar karya sendiri, seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lainya telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan yang berlaku , apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon , 24 Februari 2023



## KATA PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang tersayang dan tercinta Bapak dan Ibuku sebagai tanda bukti bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tak terhingga. Ku persembahkan karya sederhana ini kepada bapak dan ibuku yang selalu memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tak terhingga yang mungkin tak bisa kubalas dengan selebar kertas yang berisikan kata persembahan dan kata cinta. Semoga dengan karya sederhana ini menjadi awal kebahagiaan untuk bapak dan ibuku, karena ku sadar dengan karya tulis ini belum bisa memberikan kebahagiaan yang lebih. Teruntuk bapak dan ibu yang selalu membuat termotivasi dan selalu mendo'akan anak-anakmu, Terimakasih bapak...Terimakasih Ibu...



**Motto Hidup**

**Jangan Menyerah Walaupun Hidup Kadang Bikin Lelah**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penyusun dilahirkan di Cirebon, 07 Juli 2001, dengan penuh kasih sayang penulis dibesarkan dan diberi Nama : Wina Andriyani. Penulis adalah anak kelima dari lima bersaudara dari bapak Royani dan ibu Darmi.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh :

1. RA AL-AMIN WALEDDESA
2. SD NEGERI 1 WALEDDESA
3. MTs NEGERI CILEDUG
4. SMA NEGERI 1 WALED

Penyusun mengikuti Program SI pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Study Ekonomi Syariah dan mengambil judul Skripsi **“PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA TINGKAT S1 DI KOTA CIREBON)”**. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Layaman,S.E,M.Si dan Ibu Mariyah Ulfah, M.E,Sy.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi,(S.E). pada Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini banyak mendapat dukungan, bantuan bimbingan serta kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Aan Jaelani,M.Ag., selaku Rektor IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
2. Bapak Prof. Dr. H. Didi Sukardi,M.H., selaku Dekan Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Layaman ,S.E,M.Si selaku kepala Prodi Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Achmad Otong Bustomi,M.Ag., selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Layaman,S.E,M.Si dan Ibu Mariyah Ulfah, M.E.Sy., selaku pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Kedua Orang Tua saya bapak Royani dan Ibu Darmi.
7. Kepada kaka saya (Asih Kurniasih, Siti Roidah, S.Pd, Mohammad Aris, dan Mohammad Dul Amin) yang selalu membantu baik doa, dukungan serta finansial dalam masa perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.

8. Kepada teman kost NN dan sahabat Saladara Girls (Lidya Hastuti Dahliana, Neneng Farhatul Aliyah dan Siti Layinatun Najmah) yang telah menemani saya hampir selama empat tahun dan selalu membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman KKN NAWASENA (Lidya Hastuti Dahliana, Neneng Farhatul Aliyah, Siti Layinatun Najmah, Nila Ardyanti, Aniq Qomara, Alfiyah Nursa'adah, Nela Nadifatul Fikriah, Mamtasha Milenia, Maylatus Sholeha, Isnaeni Halimah, Farhan Rizaldi, Muhammad Haikal Palkih, Muhamad Fadil, Ilfa Dzulfikri Al-Hasby, dan Faisal Ahmadi) yang telah hadir kebersamai selama masa-masa akhir perkuliahan.
10. Kepada teman-teman keluarga besar Ekos C yang telah kebersamai selama masa perkuliahan
11. Seluruh yang mendukung saya baik secara moral dan psikis.
12. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dihaturkan banyak terimakasih dan semoga amal ibadahnya baiknya yang sudah diberikan kepada saya mendapatkan balasan dari Allah SWT. Aamiin yarobbal alamiin.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Cirebon ,24 Februari 2023

Penyusun

WINA ANDRIYANI

NIM.1908204098

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### 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:

**Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ث	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ðad	ð	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	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	Wau	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, transliterasiya sebagai berikut:

**Tabel 0.2:**

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
◻	Fathah	A	a
◻	Kasrah	I	i
◻	Dammah	U	u

## 2. Vokal Rangkap

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

**Tabel 0.3:**

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وَّ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ      kataba
- فَعَلَ      fa`ala
- سئِلَ      suila
- كَيْفَ      kaifa
- حَوَّلَ      haula

### A. Maddah

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

**Tabel 0.4:**  
**Tabel Transliterasi *Maddah***

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...آ	Fathah dan alifatauya	Ā	a dan garis di atas
ي...إ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...ؤ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

### B. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

#### 1. Ta' marbutah hidup

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

#### 2. Ta' marbutah mati

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

3. Kalau 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:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl / raudaht ulatfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al - munawwarah / al - madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

### C. Syaddah / Tasydid

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

### D. 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 dengan 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:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalalu

### E. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai postrof. 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:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

### F. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat



yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contohnya :

بِسْمِ اللَّهِ بِجَرَاهَا وَ مُرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wamursāhā

## G. HURUF KAPITAL

Meskipun dalam sistem 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 / Alhamdulillah rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdulillahirabbil `ālamīn

## H. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan ke fasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	I
ABSTRAK .....	II
ABSTRACK.....	III
المخلص.....	IV
PERSETUJUAN PEMBEMING.....	V
NOTA DINAS .....	VI
LEMBAR PENGESAHAN.....	VII
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	VIII
KATA PERSEMBAHAN .....	IX
MOTTO HIDUP .....	X
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	XI
KATA PENGANTAR.....	XII
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	XIV
DAFTAR ISI .....	XV
DAFTAR TABEL .....	XIX
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	8
G. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Harga.....	10

B. Kualitas Produk.....	15
C. Minat Beli.....	20
D. Penelitian Terdahulu .....	23
E. Kerangka Pemikiran.....	33
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Waktu dan tempat penelitian.....	38
B. Jenis penelitian.....	38
C. Populasi dan sampel.....	39
D. Teknik pengambilan sampel .....	40
E. Teknik pengumpulan data.....	42
F. Variabel penelitian .....	43
G. Operasional variabel.....	44
H. Instrumen penelitian.....	49
I. Teknik analisis data.....	47
J. Uji instrumen penelitian.....	46
K. Uji asumsi klasik.....	51
L. Analisis jalur path.....	54
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
A. Gambaran umum objek penelitian.....	56
B. Hasil uji validitas.....	66
C. Hasil uji reliabilitas .....	68
D. Deskripsi data penelitian.....	69
E. Analisis deskriptif .....	71
F. Hasil uji normalitas .....	79
G. Hasil uji multikolonieritas.....	82
H. Hasil uji heteroskedastisitas .....	83
I. Hasil uji linieritas .....	84
J. Hasil analisis jalur model 1 .....	86
K. Hasil uji koefisien determinasi model 1.....	87
L. Hasil uji analisis jalur model 2.....	88
M. Hasil uji koefisien determinasi model 2.....	88

N. Hasil uji F .....	90
O. Hasil uji hipotesis T .....	91
P. Pembahasan.....	94
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan .....	99
B. Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan .....	XIV
Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal.....	XVI
Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap.....	XVI
Tabel 0.4 Tabel Transliterasi <i>Maddah</i> .....	XVII
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik responden menurut jenis kelamin.....	70
Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan usia.....	70
Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan universitas.....	71
Tabel 4.6 Interval kelas.....	72
Tabel 4.7 Hasil analisis deskriptif variabel harga.....	73
Tabel 4.8 Hasil analisis deskriptif variabel kualitas produk.....	75
Tabel 4.9 Hasil analisis deskriptif variabel minat beli.....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas model 1 .....	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas model 2 .....	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas model 1 .....	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas model 2 .....	82
Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas model 1.....	84
Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas model 2.....	85
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas Model 3 .....	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Model 1 .....	86

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien determinasi model 1 .....	87
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Model 2 .....	88
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien determinasi model 2.....	88
Tabel 4.21 Hasil Uji F model 1 .....	90
Tabel 4.22 Hasil Uji F model 2.....	90
Tabel 4.23 Hasil pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total.....	92



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Pengunjung Shopee .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	37
Gambar 3.1 Substruktural Analisis Jalur .....	47
Gambar 3.2 Substruktural model 1 .....	48
Gambar 3.3 Substruktural model 2 .....	48
Gambar 4.1 Tampilan Beranda Shopee .....	58
Gambar 4.2 Tampilan Voucher Cashback .....	58
Gambar 4.3 Tampilan Voucher Gratis Ongkir .....	58
Gambar 4.4 Tampilan Hasil Uji Normalitas .....	80
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	83

