

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE**

**(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**

SKRIPSI

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



Oleh:

LAILATUL LATIFAH

NIM: 1908204137

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

1444 H / 2023

ABSTRAK

Lailatul Latifah. NIM: 1908204137, “ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”.

Penelitian ini di latarbelakangi pergeseran kebudayaan dimana setiap pemenuhan kebutuhan harus beriringan dengan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi juga mendorong pergeseran perilaku konsumen dari pembelian secara offline menjadi pembelian secara online (online shop). Hal itu disebabkan karena online shop memudahkan kita untuk berbelanja tanpa menghabiskan waktu dan tenaga. Kemudahan inilah yang membuat online shop semakin banyak diminati oleh masyarakat. Segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk, salah satu faktor yang berkaitan yaitu ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut. Selain itu pendapatan konsumen dan harga yang terjangkau juga menjadi faktor lain untuk meningkatkan keputusan pembelian online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Harga, Pendapatan dan Ketersediaan Produk terhadap keputusan pembelian online. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Harga (X1), Pendapatan (X2) dan Ketersediaan Produk (X3), sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang pernah berbelanja online. Teknik pengambilan sample dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga diketahui sampel pada penelitian ini berjumlah 91 responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode analisis data menggunakan metode uji instrumen penelitian, analisis data, analisis korelasi rank spearman, uji signifikan T dan deskripsi variabel dengan menggunakan SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan menggunakan dasar keputusan bahwa nilai T hitung diperoleh sebesar (5,728) > T tabel yaitu (1,662). Pada variabel Pendapatan (X2) T hitung diperoleh sebesar (2,627) > nilai T tabel yaitu sebesar (1,662) artinya variabel pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada variabel Ketersediaan Produk (X3) bahwa nilai T hitung diperoleh sebesar (7,837) > T tabel yaitu (1,662) yang artinya variabel ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Pendapatan dan Ketersediaan Produk.

ABSTRACT

Lailatul Latifah. NIM: 1908204137, "ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR IN MAKING ONLINE PURCHASE DECISIONS (Survey on Students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Syekh Nurjati Cirebon)".

This research is against the background of a cultural shift where every fulfillment of needs must go hand in hand with technological developments. Technological developments have also encouraged a shift in consumer behavior from offline purchases to online purchases. This is because online shops make it easier for us to shop without spending time and energy. This convenience is what makes online shops increasingly in demand by the public. Everything needed by customers in order to consume products, one of the related factors is the availability of products or the ease of obtaining these products. In addition, consumer income and affordable prices are also other factors to improve online purchasing decisions. This study aims to analyze the effect of Price, Income and Product Availability on online purchasing decisions. The independent variables in this study are Price (X1), Income (X2) and Product Availability (X3), while the independent variables in this study are Purchase Decision (Y).

The population used in this study was students of the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Syekh Nurjati Cirebon who had shopped online. The sampling technique is carried out by purposive sampling method, which is a sampling technique with certain considerations. So it is known that the sample in this study amounted to 91 respondents. The analysis method used is quantitative method. The data analysis method uses research instrument test methods, data analysis, spearman rank correlation analysis, T significance test and variable description using SPSS version 20.

The results showed that price variables affect purchasing decisions as evidenced by using the decision basis that the calculated T value was obtained by $(5.728) > T$ table, namely (1.662) . In the variable Income (X2) T calculated obtained by $(2.627) >$ the value of T table which is (1.662) means that the variable income affects the purchase decision. In the Product Availability variable (X3) that the calculated T value is obtained at $(7.837) > T$ table which is (1.662) which means that the product availability variable affects the purchase decision.

Keywords: Price, Revenue and Product Availability.

المخلص

تحليل سلوك المستهلك في اتخاذ قرارات الشراء عبر ٧٣١٤٠٢٨٠٩١١ : نيم. ليلي اللطيفة
معهد الشيخ نورجاتي سيريبون مسح على طلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية) الإنترنت
".(الديني الإسلامي

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير السعر والدخل وتوافر المنتج على قرارات الشراء عبر
، في حين أن وتوافر المنتج والدخل الإنترنت. المتغيرات المستقلة في هذه الدراسة هي السعر
المتغيرات المستقلة في هذه الدراسة هي قرار الشراء
كان السكان الذين استخدموا في هذه الدراسة من طلاب كلية الاقتصاد وإدارة الأعمال الإسلامية
معهد الشيخ نورجاتي سيريبون الإسلامي الذين تسوقوا عبر الإنترنت. يتم تنفيذ تقنية أخذ
العينات بطريقة أخذ العينات الهادفة ، وهي تقنية أخذ العينات مع اعتبارات معينة. لذلك من
المعروف أن العينة في هذه الدراسة بلغت ١٩ مستجيباً. طريقة التحليل المستخدمة هي الطريقة
الكمية. تستخدم طريقة تحليل البيانات طرق اختبار أداة البحث وتحليل البيانات وتحليل ارتباط
الجزء الإحصائية للعلوم الاجتماعية ووصف المتغير باستخدام T رتبة سيرمان واختبار دلالة
. الإصدار ٠٢

أظهرت النتائج أن المتغيرات السعرية تؤثر على القرارات الشرائية كما يتضح من استخدام أساس
وهي (٢٦٦,١). T المحسوبة تم الحصول عليها بواسطة (٨٢٧,٥) < جدول T القرار بأن قيمة
T المحسوب الذي تم الحصول عليه بواسطة (٧٢٦,٢) < قيمة جدول T (X٢) في متغير الدخل
يتم (X٢) وهو (٢٦٦,١) يعني أن الدخل المتغير يؤثر على قرار الشراء. في متغير توفر المنتج
وهو (٢٦٦,١) مما يعني أن متغير T المحسوبة عند (٣٧٨٠٧) < جدول T الحصول على قيمة
توفر المنتج يؤثر على قرار الشراء

الكلمات البحث: السعر والإيرادات وتوافر المنتج

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE**

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

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

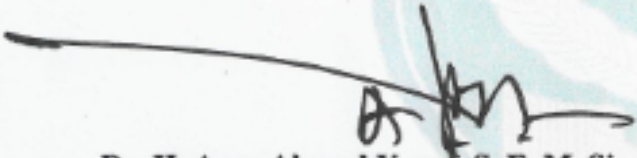
Oleh :

Lailatul Latifah
NIM : 1908204137

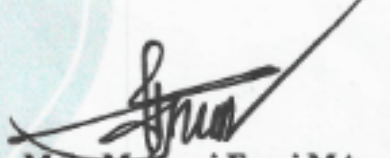
Pembimbing :

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, S. E., M. Si

NIP. 19710801 200003 1 001


Moh. Ma'ruri Faozi MA

NIP. 19780205 201101 1 004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



H. Achmad Otong Busthomi, Lc. M. Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Asslamu'alaikum Wr. Wb


Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulis skripsi saudara/l Lailatul Latifah, NIM : 1908204137 dengan judul "ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

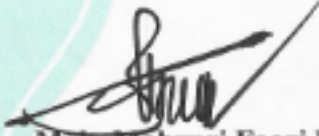
Menyetujui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. H. Avus Ahmad Yusuf, S. E, M, Si

NIP. 19710801 200003 1 001


Moh. Mabruki Faozi MA

NIP. 19780205 201101 1 004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,


H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M. Ag

NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, oleh Lailatul Latifah, NIM: 1908204137, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 21 Juni 2023.

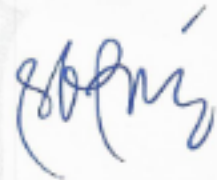
Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Menyetujui :

Ketua Sidang,



Sekretaris Sidang,



H. Syaeful Bakhri, S.E. M., Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I,



H. Syaeful Bakhri, S.E. M., Si
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji II,



Diana Djuwita, M. M
NIP. 19800314 200801 2 018

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Lailatul Latifah

NIM : 1908204137

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi
Syariah

Tempat Tanggal Lahir : Ponorogo, 07 Januari 2002

Alamat : Jl. Menteng Jaya RT 15 RW 09 Jakarta Pusat

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)". Ini beserta isinya adalah benar-benar 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 yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dekemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim keaslian karya saya ini.

Cirebon, 04 Juli 2023

Saya yang menyatakan,



Lailatul Latifah

NIM. 1908204137

MOTTO HIDUP

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu. Dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi mu. Allah mengetahui sedangkan kalian tidak mengetahui”.

(QS. Al-Baqarah: 216)

“Saya tidak akan lagi melaju dengan kecepatan penuh. Sebaliknya, saya akan berjalan perlahan, menikmati setiap langkah perjalanan dengan kecepatan saya sendiri, mengikuti ritme saya sendiri”.

(Mark Lee)



KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin, rasa syukur ini saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas kekuatan dan kesehatan yang Engkau berikan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat muslim.

Kupersembahkan skripsi ini untuk orang tercinta dan tersayang atas kasihnya yang berlimpah. Teristimewa untuk Bapak dan Mama tercinta, tersayang, terkasih dan yang terhormat. Kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Mama atas kasih sayang serta dukungannya selama ini, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Banyak yang ingin saya ungkapkan, tetapi tidak dapat dituliskan satu persatu. Semoga hasil perjuangan kita selama ini dapat berbuah manis. Semangat juang sudah ku siapkan untuk menghadapi dunia luar yang sebenarnya.

Terimakasih Bapak, terimakasih Mama. Semoga kita tetap berada dalam lindungan Allah SWT. Amiin...

With Love,

Lailatul Latifah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Lailatul Latifah dilahirkan di Ponorogo pada tanggal 07 Januari 2002. Penulis adalah anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri, Bapak Adang Cahyan dan Ibu Dwi Nuraningsih. Penulis tinggal di Jl. Menteng Jaya RT 15 RW 09 No.4 Kecamatan Menteng, Kelurahan Menteng Jakarta Pusat.

Jenjang pendidikan penulis yang pernah ditempuh adalah :

1. SDN Kebon Sirih 01 Jakarta 2007-2013
2. SMPN 18 Jakarta 2013-2016
3. SMKN 2 Jakarta 2016-2019

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul skripsi **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”**. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Ayus Ahamd Yusuf, SE, M, Si dan Bapak Moh. Mabruhi Faozi MA.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan limpahan taufik, hidayah, rahmat serta nikmat kepada kita semua. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada suri tauladan kita yakni Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat serta pengikutnya semoga kita semua seluruh kaum muslimin termasuk dalam umatnya dan memperoleh syafa'atnya kelak di yaumul akhir.

Alhamdulillah Robbil'alamiin dengan pertolongan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”**

. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan yang tidak ternilai harganya dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, M. H, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc, M. Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Syaeful Bakhri, S.E, M.Si, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, S. E, M, Si, Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Moh. Mabruri Faozi MA, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan, dukungan, nasehat dan ilmunya.
7. Ibu Yati Haryati M.SC, Selaku Dosen Akademik yang selalu memberikan semangat dan arahnya.

8. Seluruh dosen dan staf serta Perpustakaan, khususnya jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
9. Ayahanda Bapak Adang Cahyan dan Ibu Dwi Nuraningsih, serta Kakakaku tercinta Rizky Lillah dan Ilham Yazid yang telah memberikan do'a, motivasi spirit, dan kasih sayang yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Kepada pemilik NIM 1908204038 terimakasih atas suka duka selama bimbingan dan menjadi teman terbaik selama perkuliahan.
11. Teruntuk Tyas, Sasa, dan Bila sebagai teman dekat penulis yang menjadi penyemangat dan penghibur dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teruntuk EKOS D dan seluruh angkatan 2019 serta teman-teman lainnya yang belum tertulis nama indah kalian, terimakasih yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu penulis sampaikan terimakasih dan semoga segala kebaikan mendapatkan balasan dan pahala dari Allah SWT.
14. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri. Terimakasih yang sudah kuat melewati lika liku kehidupan hingga sekarang. Terimakasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terimakasih pada jiwa dan raga yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri. Kedepannya untuk raga yang tetap kuat dan hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Cirebon, Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	vii
MOTTO HIDUP	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Perilaku Konsumen	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. Faktor-faktor Perilaku Konsumen	13
B. Perilaku Konsumen Era Digital	15
1. Perilaku Belanja Online	15
a. Belanja Online	16
b. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Belanja Online	18
C. Keputusan Pembelian	19
1. Keputusan Pembelian	19

2.	Proses Pengambilan Keputusan	21
3.	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	23
4.	Indikator Keputusan Pembelian	24
D.	Harga	25
1.	Tujuan Penetapan Harga	26
2.	Faktor-Faktor Penetapan Harga	27
3.	Metode Penetapan Harga	28
4.	Indikator Harga	30
E.	Pendapatan	30
1.	Jenis-Jenis Pendapatan	31
2.	Hubungan Pendapatan dengan Konsumsi	32
3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan	32
4.	Indikator Pendapatan	33
F.	Ketersediaan Produk	34
1.	Faktor-Faktor Ketersediaan Produk	35
2.	Indikator Ketersediaan Produk	36
G.	Penelitian Terdahulu	36
H.	Hubungan Antara Masing – Masing Variabel	41
I.	Kerangka Pemikiran	43
J.	Hipotesis Penelitian	44
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A.	Objek dan Tempat Penelitian	45
B.	Jenis Penelitian	45
C.	Pendekatan Penelitian	46
D.	Sumber Data Penelitian	46
1.	Data Primer	46
2.	Data Sekunder	47
E.	Teknik Pengumpulan Data	47
1.	Kuesioner (Angket)	47
2.	Studi Pustaka	48
F.	Variabel Penelitian	48
1.	Variabel Terikat (<i>Dependen Variable</i>)	48
2.	Variabel Bebas (<i>Independen Variable</i>)	48

G. Definisi Operasional Variabel.....	49
H. Populasi dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi.....	51
2. Sampel Penelitian.....	52
I. Uji Instrumen Data.....	55
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	56
J. Teknik Analisis Data Penelitian	56
1. Uji Korelasi Rank Spearman	56
2. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	57
BAB IV PEMBAHASAN.....	59
A. Gambaran Umum.....	59
1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon	59
2. Visi, Misi dan Fungsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon	60
B. Karakteristik Responden	61
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	62
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendapatan	63
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Bulanan	63
6. Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Transaksi Pembelian Online Dalam Satu Bulan	64
7. Karakteristik Alasan Melakukan Transaksi Belanja Online	64
8. Karakteristik Berdasarkan Peralatan Yang Paling Sering di Beli.....	65
9. Karakteristik Berdasarkan Metode Pembayaran Yang Sering Digunakan	66
C. Uji Instrument	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	69
3. Deskripsi Variabel	70
4. Hasil Uji Analisis Data	76

a. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman	76
b. Uji Signifikansi Spearman Rank	79
5. Pembahasan Hasil Penelitian	81
a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
b. Pengaruh Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian	84
c. Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert Pada Kuesioner.....	48
Tabel 3. 2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	49
Tabel 3. 3 Data Populasi Penelitian	52
Tabel 3. 4 Data Sampel Penelitian	54
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	62
Tabel 4. 3 Jurusan Responden.....	62
Tabel 4. 4 Sumber Pendapatan Responden	63
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden	63
Tabel 4. 6 Seberapa Sering Transaksi Pembelian Online Dalam Satu Bulan	64
Tabel 4. 7 Alasan Melakukan Transaksi Belanja Online	64
Tabel 4. 8 Peralatan Yang Paling Sering di Beli.....	65
Tabel 4. 9 Metode Pembayaran Yang Sering Digunakan	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Produk	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 15 Persentase Kategori Item Operasional Harga (X1).....	70
Tabel 4. 16 Persentase Kategori Item Operasional Pendapatan (X2)	72
Tabel 4. 17 Persentase Kategori Item Operasional Ketersediaan Produk (X3)	73
Tabel 4. 18 Persentase Kategori Item Operasional Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Analisis Korelasi Rank Spearman	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Data Pengguna E-Commerce Di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Data Pengguna E-Commerce Pada Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon.....	5
Gambar 1. 4 Data Mahasiswa S1 FEBI Yang Pernah Melakukan Belanja Online	6
Gambar 2. 1 Tahap Keputusan Pembelian.....	21
Gambar 2. 2 Model Kerangka Berfikir	43



PEDOMAN TRANSLITERASI

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.

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dhammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latih	Nama
أِي	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	A dan I
أُو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	A dan U

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ	<i>Fathah dan Alif</i>	ā	A dan garis di atas
أِي	<i>Fathah dan Alif maqsurah</i>		
إِي	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	I dan garis di atas
أُو	<i>Dhammah dan wau</i>	ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ	<i>Māta</i>
رَمَى	<i>Ramā</i>
قِيلَ	<i>Qīla</i>
يَمُوتُ	<i>Yamūtu</i>

4. Ta marbūṭah

Transliterasi untuk ta marbūṭah (ة atau ة) ada dua, yaitu: ta marbūṭah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan ḍhammah, transliterasinya adalah t sedangkan ta marbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūṭah itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةٌ	Raudhah
الْمَدِينَةُ	Al-madīnah
الْحِكْمَةُ	Al-hikmah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	<i>Rabbana</i>
الْحَقُّ	<i>Al-haqq</i>
الْحَجُّ	<i>Al-Hajj</i>

Jika huruf ي bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah ī. Contoh:

عَلِيّ	Alī
عَرَبِيّ	Arabī

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan (لالif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

أَلْشَّمْسُ

Al-Syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ

Al-Zalزالah (bukan az-zalزالah)

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contohnya:

تَأْمُرُونَ

Ta’murūna

النَّوْءُ

An-Nau’

8. **Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia**

Kata, istilah, atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al –Qur’an (dari alQur’ān), Sunnah, khusus dan umum.

Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

- *Fī Zilāl al-Qur’ān,*
- *Al-Sunnah qabl al-tadwīn, dan*
- *Al-, Ibārāt bi ‘umūm al-lafz lā bi khusūṣ al-sabab.*

9. *Lafz al-Jalālah*

Lafz al-jalālah (lafal kemuliaan) “Allah” (الله) yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah (*hamzah wasal*).

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

Hum fī rahmatillāh

10. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

- Wa mā Muammadun illā rasūl
- Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan
- Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur'ān
- Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī
- Abū Naṣr al-Farābī
- Al-Gazālī
- Al-Munqiz min al-Ḍalāl