

**ANALISIS PENGARUH BINTANG IKLAN, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

**(SURVEI PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

DEWI FATIMAH

NIM. 1808203006



JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON

1443 H / 2022 M

ABSTRAK

Dewi Fatimah. NIM: 1808203006, “ANALISIS PENGARUH BINTANG IKLAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat sehingga menjadikan dunia perdagangan online merangkak naik. Salah satu *marketplace* shopee yang populer dan marak digunakan adalah shopee. Dengan adanya penggunaan bintang iklan pada sebuah produk di shopee dapat dengan mudah menyampaikan pesan atau manfaat kepada konsumen akan suatu produk, selain itu harga dan kualitas produk merupakan satu kesatuan yang menjadi salah satu faktor lain untuk meningkatkan keputusan pembelian online. Dengan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang ditawarkan baik, hal itu dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Pengaruh Bintang Iklan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Bintang Iklan (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3). Sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang menggunakan Shopee sebagai media dalam berbelanja online. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dan *Proportionate Stratified Random Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk pengambilan sampel perjurusan. Sehingga diketahui sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 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 uji statistik deskriptif dengan menggunakan SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bintang iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan menggunakan dasar keputusan bahwa nilai T hitung (1.941) > T tabel (1.660). Pada variabel Harga dengan menggunakan dasar keputusan bahwa nilai T hitung yang diperoleh ialah sebesar (5.505) > t tabel (1.660). artinya variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada variabel kualitas produk dengan menggunakan dasar keputusan nilai t hitung sebesar (8.949) > t tabel (1.660) yang artinya variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Bintang Iklan, Harga dan Kualitas Produk

ABSTRACT

Dewi Fatimah. NIM: 1808203006, “ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF ADVERTISING STARS, PRICE AND PRODUCT QUALITY ON ONLINE PURCHASE DECISIONS IN SHOPEE (Survey on Undergraduate Students of the Faculty of Sharia and Islamic Economics IAIN Sykeh Nurjati Cirebon)

This research is motivated by the rapid development of information technology so that the world of online trading is crawling up. One of the popular and widely used shopee marketplaces is shopee. With the use of advertising stars on a product at Shopee, it can easily convey messages or benefits to consumers for a product, besides that the price and quality of the product are an integral part of other factors to improve online purchasing decisions. With affordable prices and good quality of products offered, it can increase consumer interest in buying these products. This study aims to analyze the influence of advertising stars, price and product quality on product purchase decisions at Shopee. The independent variables in this study were Advertising Stars (X1), Price (X2) and Product Quality (X3). While the independent variable in this study is the Purchase Decision (Y).

The population used in this study were all students of the Sharia Faculty of IAIN Syekh Nurjati Cirebon who used Shopee as a medium for online shopping. The sampling technique was carried out by the purposive sampling method, namely the sampling technique with certain considerations and the proportional stratified random sampling, the sampling technique used for majoring sampling. So it is known that the sample in this study amounted to 97 respondents. The analytical method used is a quantitative method. The data analysis method used the research instrument test method, data analysis, Spearman rank correlation analysis, significant T test and descriptive statistical test using SPSS version 20.

The results showed that the advertising star variable had an effect on purchasing decisions as evidenced by using the basis for the decision that the value of T count (1.941) > T table (1.660). In the price variable using the basis of the decision that the calculated T value obtained is (5.505) > t table (1.660). meaning that the price variable has an effect on purchasing decisions. In the product quality variable using the basic decision value t count of (8.949) > t table (1.660) which means that the product quality variable has an effect on purchasing decisions.

Keywords: Celebrity Endorser, Price and Product Quality

المخلص

دوي فاطمة رقم التسجيل : ١٨٠٨٢٠٣٠٠٦ ، " تحليل تأثير إعلانات النجوم ، السعر وجودة المنتج على قرارات شراء المنتج في المتجر (دراسة استقصائية لطلاب البكالوريوس في كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي معهد الشيخ نورجاتي الدولة الإسلامي للدين)

هذا البحث مدفوع بالتطور السريع لتكنولوجيا المعلومات بحيث يزحف عالم التداول عبر الإنترنت. أحد أسواق المتسوقين المشهورة والمستخدم على نطاق واسع هو المتسوق. مع استخدام نجوم الإعلان على أحد المنتجات لدى المتسوق يمكن أن تنقل بسهولة الرسائل أو الفوائد للمستهلكين للمنتج ، إلى جانب أن سعر المنتج وجودته جزء لا يتجزأ من كونه أحد العوامل الأخرى لتحسين قرارات الشراء عبر الإنترنت. من خلال الأسعار المعقولة والجودة الجيدة للمنتجات المعروضة ، يمكن أن يزيد اهتمام المستهلك بشراء هذه المنتجات. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير نجوم الإعلان والسعر وجودة المنتج على قرارات شراء المنتج في المتسوق المتغيرات المستقلة في هذه الدراسة هي نجوم الإعلان (ق ١) السعر (ق ٢) وجودة المنتج (ق ٣) بينما المتغير المستقل في هذه الدراسة هو قرار الشراء (ي)

كان المجتمع المستخدم في هذه الدراسة من طلاب كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي معهد الشيخ نورجاتي الدولة الإسلامي للدين التي تستخدم المتسوق كوسيلة للمتسوق عبر الإنترنت. تم تنفيذ تقنية أخذ العينات باستخدام طريقة أخذ العينات هادفة ، وهي تقنية أخذ العينات مع اعتبارات معينة وأخذ العينات العشوائية المناسبة التي تم البدء فيها ، وهي تقنية أخذ العينات المستخدمة لتخصص أخذ العينات. لذلك فمن المعروف أن العينة في هذه الدراسة بلغت ٩٧ مستجيباً. الطريقة التحليلية المستخدمة هي طريقة كمية استخدمت طريقة تحليل البيانات أسلوب اختبار أداة البحث ، وتحليل البيانات ، وتحليل ارتباط رتبة سيرمان ، والاختبار الإحصائي الوصفي باستخدام الإصدار ٢٠ من احزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

أظهرت النتائج أن المتغير نجوم الإعلان يتضح التأثير على قرارات الشراء باستخدام أساس القرار بأن قيمة t المحسوبة (٩٤١.١) $t <$ جدول (٦٦٠.١). في متغير السعر باستخدام أساس القرار الذي تساوي فيه قيمة t المحسوبة (٥٠٥.٥) $t <$ جدول (٦٦٠.١) بمعنى أن متغير السعر له تأثير على قرارات الشراء. على متغير جودة المنتج باستخدام أساس قرار القيمة t المحسوبة (٩٤٩.٨) $t <$ جدول (٦٦٠.١) هذا يعني أن متغيرات جودة المنتج تؤثر على قرارات الشراء.

الكلمات الدالة : نجوم الإعلان ، السعر ، وجودة المنتج

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH BINTANG IKLAN, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE**

(Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

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

Oleh:

Dewi Fatimah
NIM: 1808203006

Pembimbing

Pembimbing I,

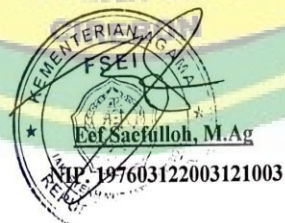
Pembimbing II,

Abdul Ghoni, MA
NIP. 198410122019031008

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

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah.



NOTA DINAS

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb


Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Dewi Fatimah, NIM : 1808203006 dengan Judul "ANALISIS PENGARUH BINTANG IKLAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqasyahkan.


Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Abdul Ghoni, MA
NIP. 198410122019031008


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

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah.

Fef Saefulloh, M.Ag
NIP. 197603122003121003

v

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "ANALISIS PENGARUH BINTANG IKLAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)", oleh Dewi Fatimah, NIM: 1808203006, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 11 Maret 2022

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

Sidang Munaqosyah

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,



Eef Saetubon, M.Ag
NIP. 197603122003121003

Nur Eka Setiawati, M.Si
NIP. 198103032006042001

Penguji I,

Penguji II

Dr. H. Edy Setyawan, LC., MA
NIP. 197704052005011003

H. Syaeful Bakhri, M.Si
NIP. 197311252014111002

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : DEWI FATIMAH

NIM : 1808203006

Fakultas/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam / Perbankan Syariah

Judul : ANALISIS PENGARUH BINTANG IKLAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulis yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun keseluruhan isinya merupakan karya plagiat, penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 04 Maret 2022

Pembuat Pernyataan,



DEWI FATIMAH
NIM.1808203006

MOTTO HIDUP

“Man Jadda Wajadda (siapa yang bersungguh – sungguh pasti berhasil)”

“Jangan pernah membandingkan prosesmu dengan orang lain, karena setiap orang mempunyai jalannya sendiri untuk mencapai kesuksesan. Jadi, lakukanlah yang terbaik versi dirimu”

- Penulis



KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin... Dengan Rahmat Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang atas karunia, kekuatan, kesehatan dan cinta yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat muslim.

Ku persembahkan sebuah karya sederhana untuk orang-orang yang sangat kucintai, sayangi dan sangat berjasa dalam hidupku. Bapa dan Mama tercinta, sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga. Ku persembahkan karya kecil ini kepada bapa dan mama yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat bapa dan mama bahagia. Karena ku sadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk bapa dan mama yang selalu membuatku termotivasi dan selalu memberikan kasih sayang, selalu mendo'akan, dan selalu menasehatiku agar menjadi lebih baik. Terima kasih Bapa, terima kasih Mama.

Ku persembahkan karya sederhana ini untuk kalian. Dan dengan kerendahan hati, aku mengucapkan beribu kata terima kasih dan maaf. Semoga kita tetap berada dalam lindungan Allah SWT. Aamiin....

With Love,

Dewi Fatimah

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Dewi Fatimah dilahirkan di Kuningan pada tanggal 17 Januari 2000. Penulis adalah anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri, Bapak Udin Hasanudin dan Ibu Icih. Penulis tinggal di Dusun Wage Rt/10 Rw/04 Desa Mekarmukti Kec.Sindang Agung, Kab. Kuningan.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. RA AL-Hikmah Desa Mekarmukti 2005-2006
2. MIS GUPPI Mekarmukti 2006-2012
3. MTsN Sindangsari 2012-2015
4. MAN 2 Kuningan 2015-2018

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program studi Perbankan Syariah dan mengambil judul Skripsi “**ANALISIS PENGARUH BINTANG IKLAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**”

Dibawah bimbingan Bapak Abdul Ghoni, MA dan Bapak Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, M.Si

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanya milik Allah SWT yang telah memberikan 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 Pengaruh Bintang Iklan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Syariah dan Ekonomi 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. Terima kasih kepada Orang Tua tercinta, Bapak (Udin Hasanuddin) dan Mamah (Icih) terima kasih atas do'a, kasih sayang, dan perhatian serta dukungan yang diberikan.
2. Dr. H. Sumanta, M. Ag., Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
4. Prof. Dr. H. Abdus Salam, DZ MM. selaku pembimbing akademik yang dengan segala kesabarannya telah berkenan untuk meluangkan waktu, memberikan arahan, serta bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Bapak Eef Saefulloh, M. Ag. Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
6. Ibu Nur Eka Setiawati, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.

7. Bapak Abdul Ghoni, MA selaku pembimbing skripsi 1 yang dengan segala kesabaran telah meluangkan waktu, memberikan arahan dan membimbing yang sangat berharga dalam skripsi ini.
8. Bapak Dr. H. Ayus Ahmad Yusuf, M.Si selaku pembimbing skripsi 2 yang segala kesabarannya telah berkenan untuk meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, kritik dan saran yang sangat berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh dosen dan staf serta Perpustakaan, khususnya jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
10. Ayahanda Bapak Udin Hasanudin dan Ibu Ichi, serta Kaka-kakaku tercinta yang telah memberikan do'a, motivasi, dukungan dan kasih sayang yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
11. Terima kasih Teman seperjuangan PS A yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mewarnai suasana kelas selama masa perkuliahan.
12. Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan dan dorongan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moral maupun material dari berbagai pihak tersebut menjadi amal ibadah dan senantiasa mendapat balasan dari Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis menerima semua kritik dan saran yang bersifat membangun.

Cirebon, 04 Maret 2022

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
MOTTO HIDUP	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Landasan Teori.....	14
1. E-Commerce	14
2. Marketplace.....	15
3. Perilaku Konsumen	17
4. Keputusan Pembelian Pada Produk Shopee.....	20
5. Pembayaran (Payment)	27

6. Bintang Iklan (Celebrity Endorser).....	29
7. Harga.....	32
8. Kualitas Produk.....	37
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Berfikir.....	45
D. Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Ruang Lingkup dan Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
1. Ruang Lingkup.....	48
2. Gambaran Umum Mahasiswa FSEI.....	48
B. Penentuan Populasi dan Sampel.....	49
1. Populasi.....	49
2. Sampel.....	49
C. Definisi Operasional Variabel.....	52
D. Metode Penelitian.....	60
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	60
2. Data dan Sumber Data	60
3. Metode Pengumpulan Data.....	61
4. Uji Instrumen Penelitian	63
5. Teknik Analisis Data.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum PT Shopee.....	66
B. Karakteristik Responden	67
C. Uji Instrumen.....	71
1. Uji Validitas	71
2. Uji Reliabilitas	74
D. Deskripsi Variabel.....	75
1. Deskripsi Variabel Bintang Iklan (X1).....	76
2. Deskripsi Variabel Harga (X2).....	78
3. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3).....	80
4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	82
E. Hasil Uji Analisis Data.....	84

1. Hasil Uji Korelasi Rank Spearman	84
2. Hasil Uji Signifikansi Rank Spearman	87
F. Pembahasan Hasil Penelitian	90
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

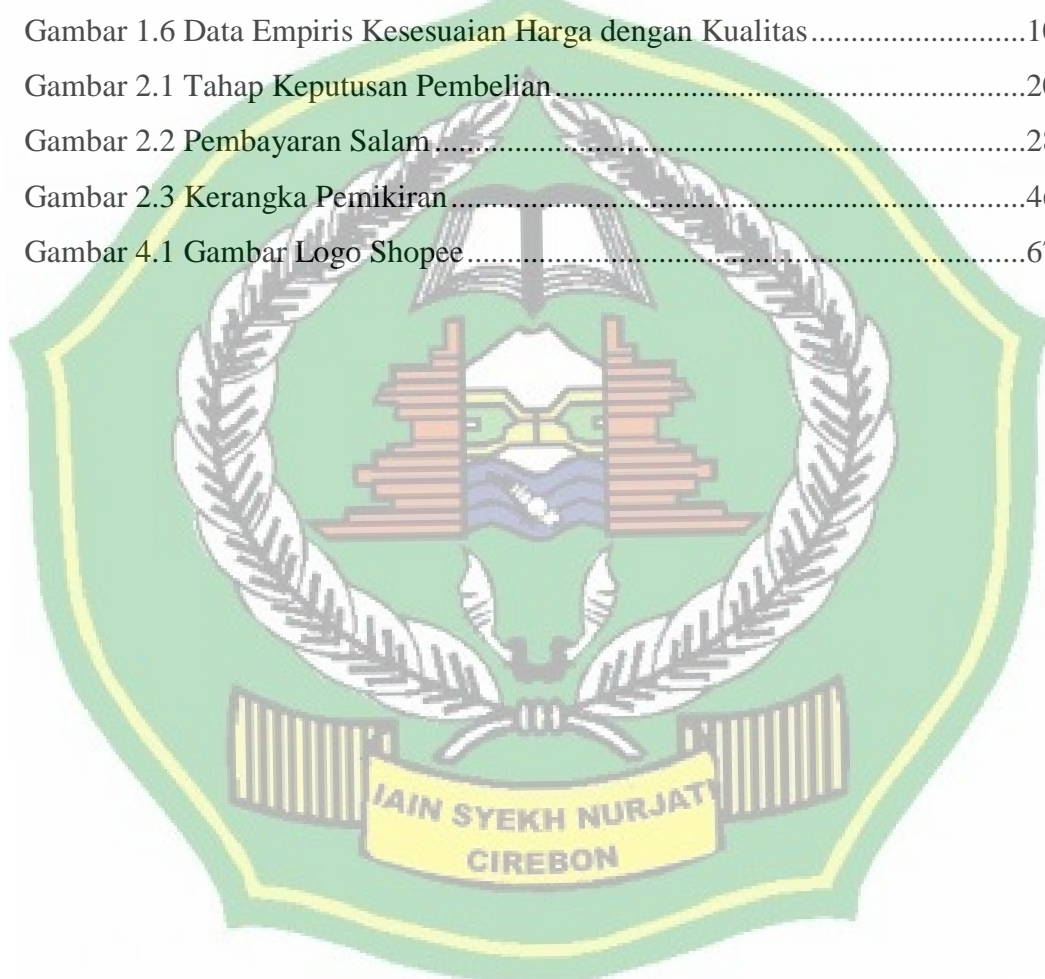


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Syariah & Ekonomi Islam	49
Tabel 3.2 Populasi dan Sampel Perjurusan	51
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.4 Kusioner	62
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4.2 Usia Responden.....	68
Tabel 4.3 Program Studi Responden.....	68
Tabel 4.4 Semester Responden	69
Tabel 4.5 Uang Saku Bulanan Responden	70
Tabel 4.6 Seberapa Sering Responden Melakukan Transaksi	70
Tabel 4.7 Peralatan Yang Sering Di Beli	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Bintang Iklan (X1)	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3).....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.13 Persentase Kategori Item Operasional Bintang Iklan	76
Tabel 4.14 Persentase Kategori Item Operasional Harga	78
Tabel 4.15 Persentase Kategori Item Operasional Kualitas Produk	80
Tabel 4.16 Persentase Kategori Item Operasional Keputusan pembelian	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Korelasi Rank Spearman	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet	2
Gambar 1.2 Data Transaksi E-Commerce	4
Gambar 1.3 Pangsa Pengguna Platfrom Belanja Online.....	4
Gambar 1.4 Komposisi Penduduk Menurut Generasi.....	5
Gambar 1.5 Data Empiris Keterjangkauan Harga.....	9
Gambar 1.6 Data Empiris Kesesuaian Harga dengan Kualitas.....	10
Gambar 2.1 Tahap Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 2.2 Pembayaran Salam.....	28
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Gambar Logo Shopee.....	67



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah mengalihaksarakan suatu tulisan ke dalam aksara latin. Misalnya dari aksara Arab ke aksara Latin.

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1978 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	sa'	ṣ	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	zal	ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	Es dan Ye
ص	sad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)

ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	Zet (dengan titik d bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa’	f	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	Wawu	w	We
ه	ha’	h	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal vaha Indonesia, yakni yang terdiri atas vokal tunggal (monofting) dan vokal rangkap (diftong). Vokal tunggal bahasa arab dilambangkan dengan tanda atau harakat yang terdiri dari fathah () untuk vokal *a*, kasroh () untuk vokal *i*, dan dhammah () untuk vokal *u*. Vokal bahasa arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu *au* yaitu harakat *a* (fathah) dengan diikuti *wawu* (و) *sukun* (mati), dan *ai* yaitu harakat *a* (fathah) diiringi huruf *ya’* (ي) *sukun* (mati).

Contoh vokal tunggal: فَتَحَ ditulis fataha

فَعَلَ ditulis fa’ala

Contoh vokal rangkap:

1. Fathah + yā’ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (أَي)

Contoh: كَيْفَ ditulis kaifa

2. Fathah + wāwu mati ditulis au (او)

Contoh: هُوَ ditulis haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat atau huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...َ	Fathah dan alif	Â	a dengan garis di atas
ي...َ	Atau Fathah dan ya		
ي...ِ	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
و...ُ	Dhammah dan Wau	Û	u dengan garis di atas

Contoh:

قَالَ ditulis qâla

قِيلَ ditulis qîla

يُقَالُ ditulis yaqûlu

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua macam, yaitu : *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dhammh, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka *ta' marbutah* tersebut ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis raudah al- atfāl

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis raudatul atfā

E. Syaddah

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

Jika huruf ي ber-tasydid di akhir kalimat dan di dahului dengan huruf kasrah, maka ia ditransliterasikan seperti huruf maddah (i).

Contoh رَبَّنَا ditulis *rabbanâ*

 الْحَدُّ ditulis *al-ḥaddu*

F. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi dalam kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Kata sandang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh: الرَّجُلُ ditulis *ar-rajulu*

 الشَّمْسُ ditulis *as-syamsu*

2. Kata sandang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti huruf qamariah di tulis al-.

Contoh: الْمَلِكُ ditulis *al-maliku*

 الْقَلَمُ ditulis *al-qalamu*

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

Contoh :

شيءٍ ditulis Syai'un

امرت ditulis Umirtu

النوء ditulis An-Nau'u

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya, setiap kata baik fi'il, isim maupun huruf ditulis secara terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena terdapat huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dapat terpisah per kata dan dapat dirangkaikan.

Contoh: وَإِنَّ اللَّهَ هُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Ditulis : Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn.

I. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab, huruf kapital tidak dikenal. Dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri dan permulaan 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 sandangnya. Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya lengkap demikian dan jika penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga terdapat huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: الْبُخَّارِيُّ ditulis *al- Bukhârî*

الْبَيْهَقِيُّ ditulis *Baihaqî*