

**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-
COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

SYIFA KHOIRUNNISA

NIM: 2108204055

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
2025/1446**

**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-
COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

SYIFA KHOIRUNNISA

NIM: 2108204055

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

2025/1446

ABSTRAK

SYIFA KHOIRUNNISA. NIM 2108204055. “PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON”, 2025

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengaruh harga dan kemudahan berbelanja terhadap minat beli produk kecantikan secara *online* pada *e-commerce* shopee pada mahasiswa di Kota Cirebon. Perkembangan teknologi, khususnya internet, telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk ekonomi, dengan kemunculan *e-commerce* sebagai tren belanja modern. Dengan tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5% pada tahun 2024, platform belanja *online* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada semakin populer, terutama di kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Shopee, sebagai platform *e-commerce* terkemuka, mencatat jumlah kunjungan tertinggi di Indonesia pada tahun 2023, menunjukkan dominasi di pasar. Produk *fashion* kecantikan menjadi kategori terlaris, mencerminkan perubahan preferensi dan kebutuhan masyarakat modern. Faktor seperti harga dan kemudahan penggunaan teknologi berperan penting dalam memengaruhi minat beli *online*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh dari sumber primer dan sekunder. Populasi penelitian meliputi mahasiswa di Kota Cirebon yang pernah membeli produk kecantikan melalui *e-commerce* Shopee. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji korelasi berganda, regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi, yang diolah dengan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis variabel harga (X1) terhadap minat beli (Y) berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($5,676 > 1,985$), variabel kemudahan berbelanja (X2) tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y) dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar $0,170 > 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel ($1,384 < 1,985$). Variabel harga (X1) dan kemudahan berbelanja (X2) terhadap minat beli (Y) memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien *Adjusted R Square* tercatat sebesar 0,390 atau 39%, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel harga (X1) dan kemudahan berbelanja (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y) yang artinya H_a diterima.

Kata Kunci: Harga, Kemudahan berbelanja, Minat beli

ABSTRACT

SYIFA KHOIRUNNISA. NIM 2108204055. "THE EFFECT OF PRICE AND EASE OF SHOPPING ON INTEREST IN BUYING BEAUTY PRODUCTS ONLINE ON E-COMMERCE SHOPEE FOR STUDENTS IN CIREBON CITY", 2025

The purpose of this study was to determine how the effect of price and ease of shopping on the interest in buying beauty products online on e-commerce shopee for students in Cirebon City. The development of technology, especially the internet, has had a significant impact on various aspects of people's lives, including the economy, with the emergence of e-commerce as a modern shopping trend. With the internet penetration rate in Indonesia reaching 79.5% by 2024, online shopping platforms such as Shopee, Tokopedia, and Lazada are increasingly popular, especially among students and young workers. Shopee, as the leading e-commerce platform, recorded the highest number of visits in Indonesia in 2023, showing dominance in the market. Beauty fashion products became the best-selling category, reflecting the changing preferences and needs of modern society. Factors such as price and ease of use of technology play an important role in influencing online purchase intention.

This study uses a quantitative approach with data obtained from primary and secondary sources. The research population includes students in Cirebon City who have purchased beauty products through Shopee e-commerce. Data collection was carried out through distributing questionnaires to respondents. Data analysis was carried out using instrument tests, classical assumption tests, multiple correlation tests, multiple linear regression, hypothesis testing, and coefficient of determination tests, which were processed with the help of the IBM SPSS version 25 application.

The results of this study indicate that the analysis of the price variable (X1) on buying interest (Y) has a positive effect on buying interest. This is evidenced by a significant value of $0.000 < 0.05$ and the value of $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($5.676 > 1.985$), the ease of shopping variable (X2) has no effect on buying interest (Y) as evidenced by a significant value of $0.170 > 0.05$ and the value of $t \text{ count} < t \text{ table}$ ($1.384 < 1.985$). The price variable (X1) and ease of shopping (X2) on purchase intention (Y) have a significant value of $0.000 < 0.05$ and the Adjusted R Square coefficient value is recorded at 0.390 or 39%, so it can be concluded that together or simultaneously the price variable (X1) and ease of shopping (X2) have a significant effect on purchase intention (Y) which means H_a is accepted.

Keywords: Price, Ease of shopping, Purchase interest

الملخص

سيفا خوارنيسة ٢١٠٨٢٠٤٠٥٥. تأثير السعر وسهولة التسوق على الاهتمام بشراء منتجات التجميل عبر الإنترنت على متجر التجارة الإلكترونية للطالبات في مدينة سيريبون، ٢٠٢٥.

كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد كيفية تأثير السعر وسهولة التسوق على الاهتمام بشراء منتجات التجميل عبر الإنترنت على المتجر الإلكتروني للطلاب في مدينة سيريبون. لقد كان لتطور التكنولوجيا، وخاصة الإنترنت، تأثير كبير على مختلف جوانب حياة الناس، بما في ذلك الاقتصاد، مع ظهور التجارة الإلكترونية كاتجاه حديث للتسوق. مع وصول معدل انتشار الإنترنت في إندونيسيا إلى 79.5% بحلول عام 2024، تزداد شعبية منصات التسوق عبر الإنترنت مثل Shopee و Tokopedia و Lazada، خاصة بين الطلاب والعمال الشباب. سجلت Shopee، بصفتها منصة التجارة الإلكترونية الرائدة، أكبر عدد من الزيارات في إندونيسيا في عام 2023، مما يدل على الهيمنة في السوق. أصبحت منتجات أزياء التجميل الفئة الأكثر مبيعًا، مما يعكس التفضيلات والاحتياجات المتغيرة للمجتمع الحديث. تلعب عوامل مثل السعر وسهولة استخدام التكنولوجيا دورًا مهمًا في التأثير على نية الشراء عبر الإنترنت.

تستخدم هذه الدراسة منهجًا كميًا مع بيانات تم الحصول عليها من مصادر أولية وثانوية. ويشمل مجتمع البحث الطلاب في مدينة سيريبون الذين اشتروا منتجات التجميل من خلال التجارة الإلكترونية Shopee. تم جمع البيانات من خلال توزيع استبيانات على المبحوثين. تم إجراء تحليل البيانات باستخدام اختبارات الأدوات، واختبارات الافتراضات الكلاسيكية، واختبارات الارتباط المتعددة، والانحدار الخطي المتعدد، واختبار الفرضيات، واختبارات معامل التحديد، والتي تمت معالجتها بمساعدة تطبيق IBM SPSS الإصدار 25.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن تحليل متغير السعر (X) 1 (على الاهتمام بالشراء (Y) له تأثير إيجابي على الاهتمام بالشراء. ويتضح ذلك من خلال قيمة دالة $0.000 < 0.05 < 0.05$ وقيمة t المحسوبة > جدول t (5.676 > 1.985)، ليس لمتغير سهولة التسوق (X) 2 (تأثير على الرغبة الشرائية (Y) كما يتضح من قيمة دالة $0.170 < 0.05$ وقيمة t المحسوبة > جدول t $1.384 < 1.985$. (أما متغير السعر (X) 1 (وسهولة التسوق (X) 2 (على نية الشراء (Y) فلهما قيمة معنوية $0.000 < 0.05$ وقيمة معامل R Square المسجلة عند 0.390 أو 39%، لذا يمكن استنتاج أن متغير السعر (X) 1 (وسهولة التسوق (X) 2 (معاً أو في آن واحد لهما تأثير معنوي على نية الشراء (Y) مما يعني قبول (ه).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI GIREBON

الكلمات البحث: السعر، سهولة التسوق، الرغبة في الشراء

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP
MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON**

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

SYIFA KHOIRUNNISA

NIM: 2108204055

Pembimbing:

Pembimbing I,



Afiqoh Agustin, S.E., M.E.Sy
NIP. 19850918 202012 2 004

Pembimbing II,



Nining Wahyuningsih, S.E., M.M
NIP. 19730930 200710 2 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Achmad Choniq Asyathomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i Syifa Khoirunnisa, NIM: 2108204055 dengan judul **"PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Negeri Islam Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing:

Pembimbing I,



Afiqoh Agustin, S.E., M.E.Sy
NIP. 19850918 202012 2 004

Pembimbing II,



Nining Wahyuningsih, S.E., M.M
NIP. 19730930 200710 2 001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Achmad Otong Brachomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON” Syifa Khoirunnisa, NIM: 2108204055, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universitas Negeri Islam Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 15 Mei 2025.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Negeri Islam Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Pembimbing:



Achmad Otong Huthomi, Lc., M.Ag
NIP. 19731223 200701 1 022

Sekretaris Sidang,



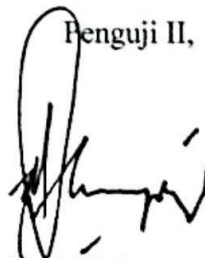
Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si
NIP. 19731125 201411 2 002

Penguji I,



Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.
NIP. 19890421 202012 1 006

Penguji II,



Dr. H. Didi Sukardi, M.H.
NIP. 19691226 200912 1 001

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syifa Khoirunnisa

NIM : 2108204055

Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 21 Maret 2003

Alamat : Desa Kepongpongan RT. 04 RW. 01

Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA 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 dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 15 Mei 2025

Saya yang menyatakan,

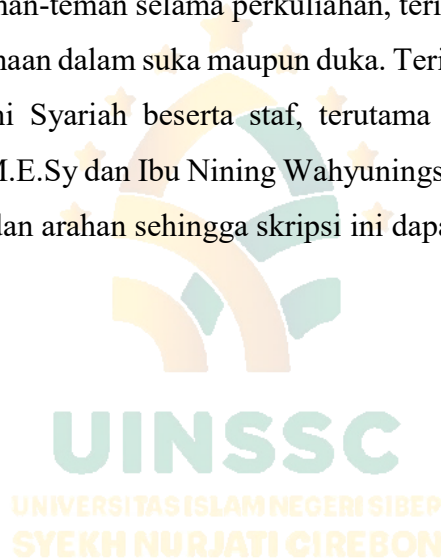


Syifa Khoirunnisa
NIM: 2108204055

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, inayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Karya sederhana ini dipersembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan cinta, doa, dukungan, dan semangat tanpa henti. Tanpa kasih sayang dan pengorbanan mereka, perjalanan ini tidak akan terwujud. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada keluarga yang selalu menjadi sumber motivasi dan memberikan dukungan moral selama proses penyusunan skripsi ini. Kepada sahabat dan teman-teman selama perkuliahan, terima kasih atas dukungan, semangat, dan kebersamaan dalam suka maupun duka. Terima kasih kepada seluruh dosen jurusan Ekonomi Syariah beserta staf, terutama dosen pembimbing Ibu Afiqoh Agustin, S.E., M.E.Sy dan Ibu Nining Wahyuningsih, S.E., M.M yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.



MOTTO

“Pada akhirnya ini semua hanyalah permulaan”

(Nadin Amizah)

Membingungkan memang,

Tapi begitulah hidup.

Hanya perlu dijalani.

Seikhlasnya..

Serelanya..

(Brian Khrisna, Sisi Tergelap Surga)

”Ketetapan Allah pasti datang. Maka, janganlah kamu meminta agar dipercepat (kedatangan)-nya. Maha suci dan Maha tinggi Dia dari apa yang mereka persekutukan.”

(QS. An-Nahl:1)

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBEP
SYEKH NURJATI GIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Syifa Khoirunnisa, lahir di Cirebon pada tanggal 21 Maret 2003. Penulis adalah putri sulung dari dua bersaudara, anak kandung dari Bapak Moh. Syafi'i dan Ibu Siti Sukaesih. Alamat tempat tinggal penulis saat ini yaitu di Desa Kepongpongan RT. 04 RW. 01 Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh penulis yaitu:

1. SD Negeri 2 Kepongpongan (2009-2015)
2. SMP Negeri 11 Cirebon (2015-2018)
3. SMA Negeri 4 Cirebon (2018-2021)

Penulis menempuh pendidikan S-1 pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi judul **“PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON”** di bawah bimbingan Ibu Afiqoh Agustin, S.E., M.E.Sy dan Ibu Nining Wahyuningsih, S.E., M.M. Dengan daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebesar-besarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga dengan izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan yaitu karya tulis ilmiah berupa skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan dan di waktu yang tepat dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KEMUDAHAN BERBELANJA TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SECARA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA DI KOTA CIREBON”**.

Skripsi ini merupakan salah satu karya ilmiah sederhana yang disusun untuk memenuhi syarat kelulusan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Dalam penyelesaian penyusunan skripsi banyak hambatan yang ditemui oleh penulis namun berkat Allah SWT, bimbingan dari para pembimbing serta dukungan moril dari berbagai pihak, maka hambatan tersebut dapat dilewati dengan baik. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati serta iringan doa dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc.M.Ag. selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah.
5. Ibu Afiqoh Agustin, S.EL, M.E.Sy dan Ibu Nining Wahyuningsih, S.E., M.M selaku pembimbing I dan pembimbing II terima kasih atas kesediannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan saran dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun serta menyelesaikan tugas akhir karya tulis ilmiah berupa skripsi ini.
6. Segenap dosen UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, khususnya dosen dan staf jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan pengetahuan, ilmu dan motivasi penulis. Terima kasih atas didikan selama masa perkuliahan.

7. Kedua orang tua, Bapak Moh. Syafi'i dan Ibu Siti Sukaesih yang selalu memberikan doa dan dukungan tanpa henti. Tanpa doa, bimbingan dan nasihat dari mereka, penulis tidak akan mampu mencapai tahap ini. Terima kasih telah menjadi sumber inspirasi dan kekuatan dalam hidup penulis. Terima kasih juga disampaikan kepada adik penulis, Habib Alfarizi, yang selalu memberikan semangat dan hiburan di setiap langkah penulis.
8. Sahabat-sahabat selama perkuliahan, "HIMA FYP" yang telah menemani, berjuang, dan berproses bersama sejak awal semester hingga akhir. Doa terbaik diharapkan untuk kalian semua, semoga kesuksesan, kebahagiaan, dan keberkahan senantiasa menyertai setiap langkah kita.
9. Keluarga KKN kelompok 11 yang selalu kebersamai, memberikan dukungan dan hiburan. Terima kasih atas semua bantuan dan semua hal baik.
10. Seluruh teman-teman Ekos B yang telah memberikan kenangan baik. Semoga selalu diberikan kemudahan dalam setiap langkah dan kesuksesan yang terus menyertai di masa depan.
11. Terima kasih pada semua pihak yang telah terlibat dalam membantu penulis menyusun karya tulis ilmiah berupa skripsi ini namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, diharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak.

Cirebon, 15 Mei 2025
Saya yang menyatakan,



Syifa Khoirunnisa
NIM: 2108204055

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
المخلص	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI.....	vii
KATA PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
DAFTAR 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	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9

A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
D. Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Definisi Operasional Variabel.....	39
G. Teknik Analisis Data.....	40
1. Uji Instrumen Data.....	40
2. Uji Asumsi Klasik.....	42
3. Uji Korelasi Parsial	44
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	45
5. Uji Hipotesis.....	46
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	48
B. Hasil dan Uji Penelitian	50
1. Gambaran Umum Responden.....	50
2. Karakteristik Responden	50
C. Gambaran Variabel Penelitian	54
D. Uji Instrumen Penelitian	70
E. Uji Asumsi Klasik.....	72

F. Uji Korelasi Parsial	77
G. Uji Regresi Linier Berganda	78
H. Uji Hipotesis	79
I. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81
J. Pembahasan Hasil Penelitian	81
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Kota Cirebon	35
Tabel 3. 2 Penentuan Jumlah Sampel	37
Tabel 3. 3 Skala Likert	38
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3. 5 Nilai Koefisien Korelasi	45
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia	50
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	51
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan asal kampus	51
Tabel 4. 4 Karakteristik berdasarkan angkatan	53
Tabel 4. 5 Karakteristik berdasarkan uang saku perbulan	53
Tabel 4. 6 Frekuensi Jawaban Responden	54
Tabel 4. 7 Kategori Dearajat Pencapaian	57
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Tanggapan Variabel Harga	58
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Responden	60
Tabel 4. 10 Kategori Dearajat Pencapaian	62
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Tanggapan Variabel Kemudahan Harga	63
Tabel 4. 12 Frekuensi Jawaban Responden	65
Tabel 4. 13 Kategori Dearajat Pencapaian	68
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi Tanggapan Variabel Minat Beli	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normlitas	74
Tabel 4. 18 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4. 19 Uji Linieritas	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4. 21 Uji Korelasi Parsial	77
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 23 Hasil Uji t	79
Tabel 4. 24 Uji F	80
Tabel 4. 25 Uji Koefisien Determinasi R^2	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	49
Gambar 4. 2 Grafik P- Plot	73



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan Hasil Keputusan Bersama (SKB) Mentri Agama serta Mentri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 157 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

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 Ya
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
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	Ya

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

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monofong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu fathah (ـَ) untuk vokal a, kasroh (ـِ) untuk vokal i, dan dhumamah (ـُ) untuk vokal u. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu au yaitu harakat a (fathah) diikuti wawu (و) sukun (mati), dan ai yaitu harakat a (fathah) diiringi huruf ya’ (ي) sukun (mati).

Contoh vokal tunggal: كَسَرَ ditulis kasara

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: هَئِلَ ditulis haula

C. Madda

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan 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
ا...ِ	Atau fathah dan ya		
ي...َ	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
و...َ	Dammah dan wau	Û	u dengan garis di atas

Contoh: قَالَ ditulis qâla
قِيلَ ditulis qîla
يَقُولُ ditulis yaqûlu

D. Ta'marbutah

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

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *raudah al-atfāl*
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *raudatul atfāl*

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan 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 sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah **ى**, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh: رَبَّنَا ditulis rabbanâ
الْحَدِّ ditulis al-ḥaddu

F. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. **Kata sandang diikuti huruf syamsiah**

Kata sandang yang diikuti oleh 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 qomariah**

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditulis al-.

Contoh: الْمَلِكُ ditulis al-Maliku
الْقَلَمُ ditulis al-qalamu

G. Hamzah

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

H. Penulisan Kata

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

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ 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, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila 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 capital untuk allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh: البُخَارِيّ ditulis al-Bukhârî

البَيْهَقِيّ ditulis al-Baihaqî

