

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Islam sebagai risalah samawi yang universal, datang untuk menangani kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik dalam aspek spiritual maupun aspek material. Artinya, Islam tidak hanya akidah, tetapi juga mencakup sistem politik, sosial, budaya, dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh manusia. Sebagai agama yang sempurna, Islam dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Sistem ini dapat dipakai sebagai panduan bagi manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi Islam. (Rozalinda, 2014, hal. 1)

Ekonomi Islam merupakan bagian dari syariat Islam. Dimana aturannya fleksibel sehingga dapat menyampaikan setiap perubahan, perkembangan ekonomi, dan bisnis manusia. Ekonomi Islam hadir menjadi solusi dari problem ekonomi dunia saat ini. Ia mengajarkan nilai-nilai keadilan, keseimbangan, kejujuran, mengharamkan riba dan spekulasi yang diyakini dapat mewujudkan sistem ekonomi yang mampu menjawab krisisnya ekonomi saat ini.

Dalam mengembangkan teori ekonomi Islam, harus ditarik antara bagian dari hukum (Fiqh) yang membahas fiqh muamalah dan ekonomi Islam. Bagian fiqh muamalah menetapkan kerangka dibidang hukum ekonomi Islam, sedangkan ekonomi islam mengkaji proses kegiatan manusia yang berkaitan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi dalam masyarakat. (Rozalinda, 2014, hal. :5)

Dalam hal muamalah, perilaku kehidupan individu dan masyarakat ditujukan kearah bagaimana cara pemenuhan kebutuhan mereka dilaksanakan dan

bagaimana menggunakan sumber daya yang ada. Hal ini lah yang menjadi subjek yang di pelajari dalam ekonomi Islam sehingga implikasi ekonomi yang dapat ditarik dari ajaran Islam berbeda dari ekonomi tradisional dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. (Suprayinto, 2005, hal. 2)

Menurut Nik Mustafa, Islam berorientasi pada tujuan (*goal oriented*). Prinsip-prinsip yang mengarahkan pengorganisasian kegiatan-kegiatan ekonomi pada tingkat individu dan kolektif bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan yang menyeluruh dalam tata sosial Islam.

“Dalam konsep Islam, bahwa bisnis termasuk kegiatan muamalah, kegiatan yang berhubungan sesama manusia, dan itu cukup banyak menghabiskan waktu. Aktivitas hamba Allah dalam bermuamalah sangat penting untuk menghidupkan semangat Islam dalam amal dan ibadah sosial.” (Hasan, 2009, hal. 3)

Sistem sosial Islam dan aturan-aturan keagamaan mempunyai banyak pengaruh. Islam mengatur sesuatu agar melakukan dengan baik, tepat, dan terarah, merupakan sesuatu yang disyaratkan ajaran Islam. Agama Islam menjelaskan bahwa segala sesuatu yang akan dikerjakan itu harus jelas, yaitu jelas apa yang akan dikerjakan (halal) dengan cara mengerjakannya (tidak menghalalkan segala cara), dan jelas apa yang akan dihasilkan dan manfaatnya (benar dan adil). (Abdurrahman, 2013, hal. 21)

Seperti yang tercantum dalam hadits riwayat imam muslim dari Abi' Ya'La, Rasulullah SAW. Bersabda:

إِنَّ اللَّهَ كَتَبَ الْإِحْسَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ

*“Allah SWT. Mewajibkan kepada kita untuk berlaku ihsan dalam segala sesuatu.” (H.R.Muslim)*

Ketika kita melakukan sesuatu itu dengan benar, baik terencana dan terorganisasi dengan rapi, kita akan terhindar dari keragu-raguan dalam memutuskan sesuatu atau dalam mengerjakan sesuatu kita tidak boleh melakukan sesuatu yang didasarkan pada keragu-raguan karena hal tersebut biasanya akan melahirkan hasil yang yang tidak optimal dan mungkin akhirnya tidak bermanfaat.

Karena manusia tidak mampu memenuhi keperluannya sendiri tanpa bantuan oranglain oleh karena itu, Allah telah menjelaskan dalam QS. Al-maidah/5:2 yang berbunyi

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *“Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaanya.”*

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri secara individual. Ia memerlukan bantuan individu lainnya dalam upaya memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Untuk itu manusia bergabung dengan manusia lainnya baik secara formal maupun non formal, mereka berkomunikasi satu sama lainnya di dalam memenuhi kebutuhannya, di sinilah kemudian terjadi transaksi atau penukaran barang dan jasa, dari sini pula sejarah bisnis dimulai. (Hasan, Manajemen bisnis syariah kaya didunia terhormat, 2009, hal. 24)

Bisnis adalah pertukaran barang,jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya

ketergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup. Bisnis juga dapat dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, tumbuhan, sosial dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyaknya tujuan yang ada dalam bisnis, *profit* memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis. (Fauzia, 2013, hal. :3-4)

Dengan demikian sebagaimana saat ini di zaman yang sudah serba canggih dan serba mudah memang menjadi ajang mereka para pelaku bisnis untuk membuat dan menciptakan sebuah usaha yang mudah untuk dapat diterima dan mudah untuk di nikmati oleh semua masyarakat yang ada di Indonesia bahkan dunia.

Perkembangan bisnis online di Indonesia, terbilang sangat pesat terlihat dari banyaknya pebisnis yang melakukan transaksi secara online. Saluran online adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui jalur komputer, telepon dan handphone sehingga dapat menjangkau beragam layanan informasi online.

Munculnya internet sebagai sarana bisnis online telah meningkatkan kemampuan perusahaan menjalankan bisnis dengan lebih cepat, lebih akurat, mencakup kisaran waktu dan ruang lebih luas, dengan biaya yang lebih sedikit,

dan dengan kisaran waktu dan ruang lebih luas, dengan biaya yang lebih sedikit, dan dengan kemampuan menyesuaikan tawaran dengan kebutuhan pelanggan dan membuat tawaran menjadi lebih pribadi. Banyak sekali perusahaan telah menciptakan Web untuk menginformasikan dan mempromosikan produk dan layanan mereka.

Manfaat pemasaran layanan online menjadi begitu populer, karena dari segi keunggulan pemasaran online adalah kemudahannya. pelanggan dapat memesan produk 24 jam sehari di mana mereka berada. Mereka tidak harus berkendara, mencari tempat parkir, dan berjalan melewati gang yang panjang untuk mencari dan memeriksa barang-barang. Dan mereka tidak harus berkendara ke toko, hanya untuk menemukan bahwa barang yang dicari sudah habis. (Kotler, 1998, hal. :318). Bisnis online yang sedang gencar dibicarakan oleh para pengguna nya saat ini salah satunya adalah aplikasi shopee yang bisa diunduh melalui playstore maupun appstore.

Shopee online merupakan perusahaan *e-commerce* yang berada di bawah naungan Garena (berubah nama menjadi SEA Group), perusahaan internet di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis *C2C mobile marketplace*, Shopee resmi diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia. Shoppe adalah aplikasi *Marketplace* online untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shoppe menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk kebutuhan sehari-hari, Shoppe hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja

online tanpa harus membuka website melalui perangkat komputer. Aplikasi ini merupakan bisnis online yang menjual kebutuhan berbagai kalangan seperti: baju pria, baju wanita, komputer & aksesoris, sepatu pria, tas pria, dan lain-lain.

“Perusahaan umumnya akan memodifikasi harga dasar sesuai mereka untuk menghargai tindakan pelanggan seperti pembayaran awal, volume pembelian, dan pembelian diluar musim. penyesuaian harga ini disebut diskon dan potongan (*dicounts and allowances*) akan diberikan nanti.” (Kotler, 1998, hal. 123)

Perusahaan Shopee online biasanya yang paling sering dikenali oleh para mahasiswa yaitu dari segi potongan harga ongkos kirim. Sedangkan Perusahaan Shopee Maksimum ongkir yang ditanggung oleh Shopee adalah Rp.20.000. Dengan ketentuan minimal pembelian Rp 90.000 menggunakan jasa kirim lewat J&T Express, JNE REG, dan JNE OK Seluruh toko Shopee.

**Tabel 1.1 Harga Ongkos Kirim ke Kota Banjarmasin**

<b>KOTA</b>	<b>JNE OK</b>	<b>JNE REG</b>	<b>J&amp;T Express</b>
Jakarta	RP. 29.000	RP. 33.000	RP. 33.000
Bandung		RP. 28.000	RP. 34.000
Semarang	RP. 30.000	RP. 35.000	RP. 35.000
Bogor			RP. 33.000
Jawa Timur kabupaten Kediri		RP. 24.000	
Jawa timur kabupaten Sumedang	RP.24.000	RP. 28.000.	RP. 32.000
Bandung	RP. 24.000	RP. 28.000	RP. 34.000
Tangerang	RP. 29.000	RP. 33.000	RP. 33.000

Pekalongan		RP. 36.000	RP. 54.000
Bekasi		RP. 33.000	RP. 33.000
Depok	RP. 29.000	RP. 33.000	
Cirebon	RP. 36.000	RP. 41.000	
Surakarta	RP. 24.000	RP. 33.000	RP. 33.000
Jepara, jawa tengah			RP. 37.000
Bekasi	RP. 29.000	RP. 33.000	RP. 33.000
Kabupaten pekalongan		RP. 36.000	RP. 54.000
Kabupaten Cianjur	RP. 24.000	RP. 28.000	RP. 31.000
Kabupaten Sidoarjo	RP. 18.000	RP. 21.000	RP. 21.000
Surabaya	RP. 18.000	RP. 21.000	RP. 21.000
Batam		RP. 18.000	RP. 31.000

Sumber: <https://shopee.co.id/daftar-harga-ongkos-kirim-november-2018/> (2019)

Dari tabel di atas ini dapat disimpulkan harga ongkos kirim khusus daerah Banjarmasin sudah dicantumkan dengan kriteria masing-masing. Dari tabel tersebut harga ongkos kirim yang ditanggung oleh Shopee adalah Rp. 20.000 dengan Minimal Pembelian sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Maksimum Ongkir pada Shopee Online di Banjarmasin**

<b>Minimal Pembelian</b>	<b>Jasa Kirim</b>	<b>Toko</b>
Rp. 50.000	J&T Expres, JNE REG, dan Shopee Express	Berlogo Shopee 24
Rp. 90.000	J&T Expres	Shopee Mall & Star Seller
Rp. 120.000	JNE REG	Shopee Mall & Star Seller
Rp. 150.000	JNE REG	Toko Shopee lainnya

Sumber: [https://help.shopee.co.id/s/article/Berapa-nilai-ongkir-yang-ditanggung-oleh-Shopee-november-2018/\(2019\)](https://help.shopee.co.id/s/article/Berapa-nilai-ongkir-yang-ditanggung-oleh-Shopee-november-2018/(2019))

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga ongkos kirim dapat ditanggung oleh Shopee senilai Rp.20.000. dengan pembelian minimal Rp. 50.000. Salah satu program harga yang menjadi andalan sehingga memungkinkan menjadikan Shopee sebagai *marketplace* terbesar di Indonesia itu. Program potongan harga ongkir dari shopee ini merupakan yang sangat menarik bagi para penggunanya sehingga banyak sekali pengguna Shopee ini mencoba untuk berbelanja dan bejualan di Shopee. Ini merupakan penawaran yang cukup banyak di inginkan oleh para pembeli online, pasalnya dalam membeli sebuah barang melalui online konsumen harus menambah biaya untuk ongkos kirim dalam pengiriman barang lebih mahal biayanya dibanding harga barang yang dibeli. Tentunya dalam program harga di Shopee tersebut pastinya mengandung pesan



jika Shopee memberikan fasilitas potongan harga ongkos kirim bagi siapa saja yang berbelanja online melalui shopee.

Potongan harga ongkos kirim dan ini merupakan program andalan Shopee yang hanya berlaku satu bulan saja dan biasanya akan selalu diperpanjang masa program tersebut oleh shopee itu sendiri. Namun bisa saja suatu saat Shopee menghentikan program potongan harga ongkir. Selain program potongan harga ongkos kirim yang menjadi andalan shopee ini tentu masih ada lagi program yang diberikan oleh shopee untuk para penggunanya seperti diskon promo dengan menawarkan berbagai macam produk dengan harga yang paling murah.

Adanya Shopee di Indonesia ini tentu membuat banyak sekali masyarakat Indonesia yang mencoba bertransaksi secara online melalui Shopee dan menikmati program unggulannya potongan harga ongkos kirim. Program potongan harga ongkos kirim ini menjadi salah satu solusi dalam ilmu *marketing* untuk masyarakat di Indonesia untuk menggunakan Shopee dalam jual beli secara online.

Shopee lebih banyak di akses oleh kalangan muda termasuk mahasiswa. Kebutuhan dari mahasiswa yang semakin lama semakin beragam entah itu memang karena kebutuhan akan produk atau hanya keinginan untuk memiliki suatu produk tersebut. Banyak mahasiswa yang ingin tampil *trend* sehingga mengorbankan tabungan untuk membeli sesuatu yang kadang tidak begitu dibutuhkannya. Dikalangan mahasiswa khususnya pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam sering belanja di Shopee karena terpengaruh Shopee lebih banyak dapat bonus seperti dapat program diskon harga ongkos kirim. Karena Shopee

lebih mudah cara menggunakan aplikasi Shopee di bandingkan dengan tokopedia atau Lazada. Begitu terpengaruh belanja di Shopee sehingga mereka mempunyai 3 akun Shopee sekaligus agar mendapatkan kode-kode promo.

Setelah melakukan wawancara dengan salah satu Konsumen (mahasiswi/mahasiswa) yang menggunakan Aplikasi Shopee, ia mengatakan bahwa keputusan membeli pada perusahaan Shopee online, karena sering melihat iklan dari segi promo dan potongan harga ongkir dan diberbagai media sosial seperti Instagram, Facebook, Line, dan lain-lain.

“Keputusan konsumen adalah proses pengintergrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.” (Sopiah, 2013, hal. 121)

“Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan.” (Sudaryono, Manajemen Pemasaran teori & implementasi, 2016, hal. 100).

Keputusan dia mau memilih produk harga Rp 90.000 dan biaya ongkir harga Rp 30.000 dengan membeli produk harga Rp 90.000 Maka dapat potongan harga ongkir Rp 20.000. dari sinilah proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten dan bijaksana yang dilakukan untuk mendapatkan potongan harga ongkir. Sedangkan apabila memilih produk dengan harga Rp 87.000 maka tidak akan mendapatkan potongan harga ongkir, maka semakin mahal biaya nya.

Dari uraian yang singkat wawancara di atas, di sinilah kebanyakan para mahasiswa memutuskan menggunakan aplikasi Shopee berdasarkan banyaknya promo yang paling sering di lihat yaitu dari segi ongkos kirim yang potongan harga ongkir. Sehingga penulis merasa sangat tertarik untuk mengangkat penelitian yang berhubungan dengan pengaruh kebijakan harga terhadap keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membeli di perusahaan shopee online. Kemudian penulis ingin mengetahui lebih dalam lagi mengenai pengaruh terhadap daya beli suatu barang dalam keputusan pembelian online shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sehingga penulis ingin meneliti tentang "Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Membeli di perusahaan Shopee Online"

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah yang dapat penulis kemukakan adalah:

1. Apakah ada pengaruh positif kebijakan harga terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari membeli di perusahaan Shopee online?
2. Seberapa besar pengaruh kebijakan harga shopee terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh positif kebijakan harga terhadap keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari membeli di perusahaan Shopee online.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kebijakan harga shopee terhadap keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari.

### **D. Signifikkan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai:

1. Secara teoritis penelitian ini dapat menjadi bahan pengambilan ilmu pengetahuan bagi penulis, dan mahasiswa khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam maupun pembaca pada umumnya.
2. Penelitian ini sebagai sarana belajar dan masukan bagi penulis dalam menerapkan teori pemasaran yang telah dipelajari terhadap kasus nyata yang relevan di perusahaan.
3. Untuk menambah Khazanah pengembangan keilmuan pada perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan menghindari kesalah pahaman pembaca dalam mengartikan judul serta permasalahan yang akan diteliti

maka penulis memandang perlu untuk mengemukakan secara tegas dan terperinci maksud dari judul "Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Membeli di Perusahaan Shopee Online."

1. Pengaruh yaitu daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (KBBI). Pengaruh yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah pengaruh kebijakan harga terdapat keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membeli di perusahaan Shopee online.
2. "Perilaku konsumen adalah sebagai proses seorang pelanggan untuk membuat keputusan pembelian, juga untuk menggunakan dan membuang barang dan jasa yang dibeli, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk." (Sopiah, 2013, hal. 8) Perilaku konsumen yang peneliti maksud di sini adalah perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh kebijakan harga ongkos kirim khususnya di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi konsumen.
3. "Suatu kebijakan harga sebenarnya mencakup pertimbangan pemberian diskon, *allowances*, *return* dan operasional." (Assauri, 2012, hal. 199) kebijakan harga yang dimaksud penelitian disini adalah diskon pada harga ongkos kirim dengan minimal pembelian Rp 20.000 yang sudah ditetapkan oleh Shopee. Yang penulis maksud disini adalah ongkos kirim yang mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk memutuskan membeli di perusahaan Shopee online.

## **F. Kajian Pustaka**

Berdasarkan pada penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan, berkaitan dengan pengelolaan maka telah ditemukan peneliti sebelumnya yang mengkaji tentang persoalan pengelolaan peneliti yang dimaksud yaitu:

1. Wardah (1001150168) melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh Ekuitas Merk terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent pada mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Antasari BANJARMASIN. Penelitian mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam. Memperhatikan skripsi di atas, dapat disimpulkan bahwa peneliti sama-sama menitik beratkan pada” pengaruh keputusan pembelian”. Namun, di samping responden yang sama yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat permasalahan yang berbeda dengan peneliti yaitu ”Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari membeli di Perusahaan Shopee Online.” Metode yang digunakan wardah menggunakan metode kuantitatif yaitu pengumpulan data yang diambil dari hasil melalui kuesioner(angket) dan Observasi.
2. Marnah (1001150144) melakukan penelitian dengan judul “Faktor- faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk Berbelanja di Hypermart Dutamall Banjarmasin”. Penelitian mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam. Memperhatikan skripsi di atas,dapat disimpulkan bahwa peneliti sama-sama menitik beratkan pada” pengaruh keputusan pembelian”. Namun, di samping

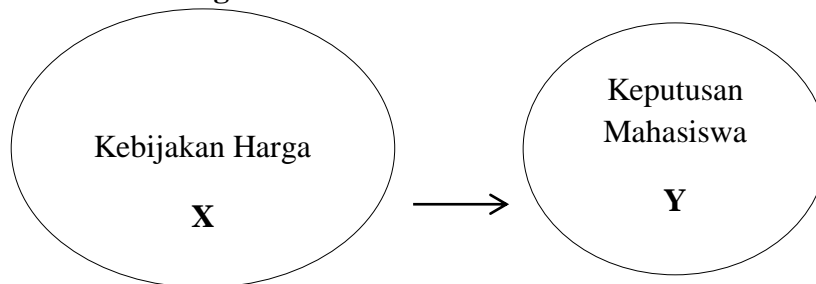
lokasi yang berbeda terdapat permasalahan yang berbeda dengan peneliti yaitu "Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari membeli di Perusahaan Shopee Online." Metode yang digunakan Marnah menggunakan metode kuantitatif yaitu pengumpulan data yang diambil dari hasil melalui wawancara dan kuesioner (angket).

3. Adhila Ukhtina Utami (1201150093) melakukan penelitian dengan judul "pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen pada produk Iphone". Penelitian mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam. Memperhatikan Skripsi diatas, dapat disimpulkan bahwa peneliti sama-sama menitik beratkan pada " pengaruh Harga Terhadap Minat Konsumen(mahasiswa)". Namun, disamping lokasi yang berbeda terdapat permasalahan yang berbeda dengan peneliti yaitu "Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari membeli di Perusahaan Shopee Online." Metode yang digunakan Adhila Ukhtina Utami menggunakan metode kuantitatif yaitu pengumpulan data yang diambil dari hasil melalui kuesioner(angket), Observasi, dan Dokumentasi.
4. Juwita Amilia (1201150113) melakukan penelitian dengan judul "Bisnis Online Pakaian Muslimah dikalangan Mahasiswi IAIN Antasari BANJARMASIN (Perspektif Etika Bisnis Islam) Penelitian mahasiswa S1 UIN Antasari Banjarmasin Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan

Ekonomi Islam. Memperhatikan Skripsi diatas,dapat disimpulkan bahwa peneliti sama-sama menitik beratkan pada” Bisnis Online Dikalangan Mahasiswa.” Namun, disamping Responden yang sama-sama Mahasiswa tetapi penulis di sini lebih mengutamakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun terdapat permasalahan yang berbeda dengan peneliti yaitu ”Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari membeli di Perusahaan Shopee Online.” Metode yang digunakan Juwita Amilia menggunakan metode kualitatif yaitu pengumpulan data yang diambil dari hasil melalui wawancara dan Dokumentasi.

### G. Kerangka Pemikiran

**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**



Pengaruh variabel Kebijakan Harga terhadap untuk keputusan mahasiswa membeli di perusahaan Shoppe online



## **H. Hipotesis**

$H_0$  = tidak ada pengaruh signifikan Kebijakan Harga terhadap keputusan mahasiswa membeli Shopee online

$H_a$  = ada pengaruh signifikan Kebijakan Harga terhadap keputusan mahasiswa membeli Shopee online.

## **I. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II Memuat landasan teori, pada bab ini akan di jabarkan masalah-masalah yang akan di hubungkan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku atau literature yang berkaitan dengan masalah yang akan di teliti dan juga sumber informasi dari penelitian selanjutnya.

Bab III metode penelitian, di mana penulis menguraikan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan meliputi jenis, sifat, dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, teknik analisis data dan prosedur penelitian.

Bab IV merupakan hasil dan pembahasan yang berisi tentang hasil analisa data serta jawaban atas rumusan masalah.

Bab V adalah penutup, yang berisikan tentang jawaban terhadap permasalahan dari isi skripsi secara keseluruhan yang akan dimuat dalam simpulan dan di lengkapi dengan saran-saran sebagai bahan pertimbangan pihak-pihak yang berkepentingan, dalam rangka untuk dapat lebih meningkatkan hasil yang akan di tuju.