

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA DI TOKO
ONLINE SHOPEE PADA MAHASISWA UIN
ANTASARI BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh :

**NINA ISNAINI
1501150089**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN**

2019 M/1441 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nina Isnaini
NIM : 1501150089
Tempat/Tgl. Lahir : Lampung, 22 Juli 1997
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 23 September 2019

Yang membuat pernyataan,


Nina Isnaini
1501150089

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Keputusan Berbelanja di Toko *Online* Shopee pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

Ditulis oleh : Nina Isnaini

N I M : 1501150089

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2019/2020

Tempat dan tanggal lahir : Lampung, 22 Juli 1997

Alamat : Jl. Bawang Putih Gatot Subroto IV No. 38 Rt. 31
Kel. Kuripan Kec. Banjarmasin Timur

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antsari Banjarmasin.

Banjarmasin, 23 September 2019

Pembimbing I

Dr. H. Fathurrahman Azhari, M. H.I
NIP 196006091988031003

Pembimbing II

Erisa Nilasari, S.P., M.P
NIP 198408282009012006

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam
UIN Antasari Banjarmasin,

Rohana Faridah, S.E., M.M
NIP 197804272009012010

PENGESAHAN

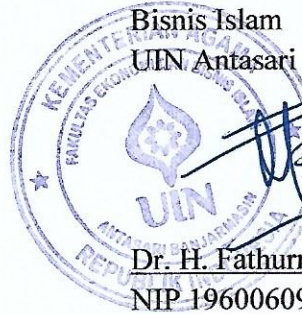
Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Berbelanja Di Toko *Online* Shopee Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin”, ditulis oleh Nina Isnaini, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 17 Oktober 2019

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (Istimewa)

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI
NIP 196006091988031003

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI.
(ketua)
2. Rohana Faridah, S.E., M.M.
(anggota)
3. Erisa Nilasari, S.P., M.P.
(anggota)
4. Yusuf Asyahri, S.E., M.E.
(anggota)

1.

2.

3.

4.

ABSTRAK

Nina Isnaini. 2019. *Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Berbelanja Di Toko Online Shopee Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Drs. H. Fathurrahman Azhari, M. H.I, (II) Erisa Nilasari, S.P., M.P.

Kata Kunci: Promosi, Kepercayaan, Kemudahan dan Keputusan Berbelanja.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya toko *online* di Indonesia seperti Shopee, Lazada, TokoPedia, Buka Lapak dan lain-lain sehingga konsumen tidak perlu lagi datang ke toko konvensional untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel promosi, kepercayaan, dan kemudahan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin berbelanja di toko *online* Shopee.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang pernah bertransaksi menggunakan toko *online* Shopee dengan jumlah 40 sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling*. Data penelitian yang diperoleh di analisis menggunakan teknik Analisis regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS 22 *for windows*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa 57% variabel promosi, kepercayaan, dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Berbelanja di toko *online* Shopee, sedangkan sisanya 43% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Variabel yang terdiri dari promosi (X_1), kepercayaan (X_2), dan kemudahan (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berbelanja (Y) mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin di toko *online* Shopee dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($18,234 > 2,87$) dan nilai signifikan F lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$). Sedangkan secara parsial hanya variabel promosi (X_1) dan kepercayaan (X_2) yang berpengaruh terhadap keputusan berbelanja (Y) mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin di toko *online* Shopee. Sedangkan kemudahan (X_3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berbelanja (Y) mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin di toko *online* Shopee dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,465 < 1,68957$) dengan nilai signifikansi 0,645 lebih besar dari nilai α sebesar 0,05.

MOTTO

...“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya”...

(QS. Al-Isra' : 23)

...“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri”...

(QS. Al-Isra' : 7)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa
Karya yang sederhana ini untuk:

Abah dan Mama tercinta,
Kakak dan adingku tersayang,

Yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang
Yang tulus dan tiada ternilai besarnya
Terima kasih.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta'	t	te
ث	s\ a'	s\	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	h} a'	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	z\ al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s} ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d} ad}	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t} a'	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z} a'	z}	zet (dengan titik di 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	waw	w	we
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	ya'	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مُتَكَبِّر	ditulis	<i>mutakabbir</i>
الْقُدُوس	ditulis	<i>al-qudu>s</i>

III. Ta' *marbutah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

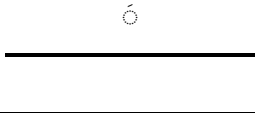
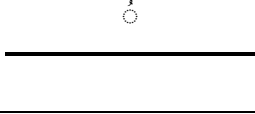
جَامِعَة	ditulis	<i>ja>mi'ah</i>
مَكْتَبَة	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المَكْتَبَة الْجَمِيلَة	ditulis	<i>al-maktabah al-jami>lah</i>
-------------------------	---------	-----------------------------------

IV. Vokal pendek

	fathah	ditulis	a
	kasrah	ditulis	i
	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	quri'a
ينطق	dammah	ditulis	yant}iqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	<i>a></i> <i>ka>milah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	<i>a></i> <i>s}alla></i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	<i>i></i> <i>syadi>d</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	<i>u></i> <i>s}udu>r</i>

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	au <i>wa fir'auna z}i al-auta>d</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدُّ خُلُقًا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'a>n</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kita>b</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصباح	ditulis	<i>as}-s}ubh}u</i>
الساورة	ditulis	<i>as-sa>hirah</i>

IX. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-wa>lidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iz\ a asy-syamsu</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Berbelanja Di Toko *Online* Shopee Pada Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hatu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin serta selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
2. Rohana Faridah, S.E., M.M selaku ketua program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Erisa Nilasari, S.P., M.P. selaku Penasehat Akademik.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Mama abah ulun yang selalu mendukung dan mendoakan serta kakak dan ading yang ulun sayangi dan cintai, terimakasih banyak atas doa dan pengorbanan yang telah kalian berikan.
7. Dangsanak Asrama Tapin Putri Galuh Balahindang, tangis tawa bahagia kita lewati bersama sebagai dangsanak yang sama-sama merantau, terimakasih banyak atas kebersamaannya selama ini.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Amin.

Banjarmasin, September 2019

Penulis,

Nina Isnaini

1501150089

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	7
F. Kerangka Pemikiran	8
G. Hipotesis Penelitian	9

H. Penelitian Terdahulu.....	9
I. Sistematika Pembahasan	12
BAB II PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA.....	14
A. Promosi.....	14
B. Teori Kepercayaan terhadap Produk Jasa.....	20
C. Kemudahan.....	24
D. Keputusan Berbelanja.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel.....	29
D. Data dan Sumber Data.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Desain Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	31
G. Teknik Analisis Data	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN.....	38
A. Penyajian Data.....	39
B. Analisis Data	51
BAB V PENUTUP	67
A. Simpulan.....	67
B. Saran-saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	44
Tabel 4.4	Tampilan Iklan Di Tv Dan Media Lainnya Mudah Diingat Dalam Memperkenalkan Toko <i>Online</i> Shopee	45
Tabel 4.5	<i>Voucher</i> Gratis Ongkos Kirim Di Toko <i>Online</i> Shopee Sangat Membantu Konsumen Dalam Transaksi	45
Tabel 4.6	Toko <i>Online</i> Shopee Menyediakan Promo Potongan Harga Dalam Pembayaran Dari Harga Normal	45
Tabel 4.7	Setiap Kali Bertransaksi Di Toko Star Seller Konsumen Mendapatkan Koin Shopee Yang Dapat Ditukarkan Ketika Pembayaran	46
Tabel 4.8	Terdapat Pengembalian Uang Di Toko <i>Online</i> Shopee Jika Barang Yang Dipesan Belum Sampai Hingga Waktu Yang Ditentukan.....	46
Tabel 4.9	Toko <i>Online</i> Shopee Memberikan “Garansi Harga Termurah, Uang Kembali 2x Lipat”	46
Tabel4.10	Informasi Produk Dan Penilaian Dari Konsumen Sebelumnya Membuat Konsumen Percaya Untuk Berbelanja Di Toko <i>Online</i> Shopee	47
Tabel4.11	Banyak Orang Yang Menggunakan Aplikasi Toko <i>Online</i> Shopee Membuat Konsumen Percaya Untuk Menggunakannya.....	47
Tabel4.12	Alasan Berbelanja Di Toko <i>Online</i> Shopee Karena Teman Sering Berbelanja Di Sana.....	47
Tabel4.13	Konsumen Percaya Produk Yang Dipesan Di Toko <i>Online</i> Shopee Sesuai Dengan Harga Dan Kualitasnya	48
Tabel 4.14	Proses Pemesanan Produk Di Toko <i>Online</i> Shopee Mudah Dipelajari ..	48
Tabel4.15	Di Toko <i>Online</i> Shopee Konsumen Dapat Dengan Mudah Menemukan Produk Yang Akan Dibeli	48

Tabel 4.16	Pembayaran Di Toko <i>Online</i> Shopee Jelas Dan Mudah Dimengerti	49
Tabel 4.17	Pembayaran Di Toko <i>Online</i> Shopee Lebih Mudah Dibandingkan Dengan <i>Online Shop</i> Lainnya	49
Tabel 4.18	Adanya Keinginan Untuk Membeli Produk Di Toko <i>Online</i> Shopee.....	50
Tabel 4.19	Alasan Memutuskan Berbelanja Di Toko <i>Online</i> Shopee Karena Konsumen Sebelumnya Banyak Memberikan Bintang 5	50
Tabel 4.20	Ada Rekomendasi Dari Orang-Orang Terdekat Untuk Berbelanja Di Toko <i>Online</i> Shopee.....	50
Tabel 4.21	Adanya Pertimbangan Dari Orang-Orang Terdekat Untuk Berbelanja Di Toko <i>Online</i> Shopee.....	51
Tabel 4.22	Pengalaman Berbelanja Di Toko <i>Online</i> Shopee Sebelumnya Membuat Konsumen Melakukan Pembelian Ulang.....	51
Tabel 4.23	Hasil Uji Validitas Instrumen Data	52
Tabel 4.24	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data	53
Tabel 4.25	Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.26	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.27	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.28	Hasil Uji F	62
Tabel 4.29	Hasil Uji T	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Beranda <i>Website</i> Shopee	40
Gambar 4.2 Logo Shopee.....	41
Gambar 4.3 Uji Histogram.....	54
Gambar 4.4 Uji P-Plot.....	55
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas	56