

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN *BRAND ONLINE SHOP*
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

OLEH

RIKA PAHLIFI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2020 M/1441 H

**PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN *BRAND ONLINE SHOP*
TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA**

SKRIPSI

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

Oleh :

RIKA PAHLIFI

1501150106

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

BANJARMASIN

2020 M/1441 H

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rika Pahlifi
NIM : 1501150106
Tempat/Tgl. Lahir : Tamban, 15 maret 1996
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, 20 Februari 2020

Yang membuat pernyataan,

A rectangular stamp with a black border. The text inside the stamp reads "STERAI EMPER" at the top, followed by "DCAHF263303991" in the middle, and "1000 RIBU RUPIAH" at the bottom. To the right of the stamp is a handwritten signature in black ink.

Rika Pahlifi

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Brand Online Shop Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di Kota Banjarmasin

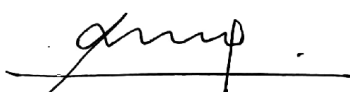
Ditulis oleh : Rika Pahlifi
N I M : 1501150106
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2019/2020
Tempat dan tanggal lahir : Tamban, 15 Maret 1996
Alamat : Bangun Jaya Muara, RT: 19 RW:05


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

Banjarmasin, 21 Februari
2020

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muhaimin, S.Ag., M.A.
NIP 19740817 199803 1 005


Annisa Sayyid, S.H.I., M.S.I
NIP. 19830526 201 1012007

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


Wana Faridha, SE., M.M.
NIP 19780427 200901 2 010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas dan Brand Online Shop terhadap Minat Beli Mahasiswa di Kota Banjarmasin," ditulis oleh Rika Pahlifi telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari :

Tanggal :

Dinyatakan LULUS dengan predikat:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Fathurahman Azhari, MHI
NIP. 196006091988031003

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Muhalmin, S.Ag., M.A.	
2. Annisa Sayyid, S.H.I., M.S.I	
3. Hariyanto, S.E., M.M	
4. Elda Maharani, S.E.I., M.M	

ABSTRAK

Rika Pahlifi. 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas, Dan Brand Online Shop Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dr. Muhaimin, S.Ag., MA, (II) Annisa Sayyid, MSI

Kata Kunci: Harga, Kualitas, Brand dan Minat Beli

Penelitian ini dilakukan melihat fenomena yang ada di lingkungan mahasiswa di Kota Banjarmasin yang banyak berbelanja di online shop. Online shop akhir-akhir ini semakin marak bermunculan seiring dengan semakin mudahnya masyarakat mengakses internet. Kehadiran online shop membuat mahasiswa tidak repot ke pasar untuk membeli barang yang diinginkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh baik secara simultan maupun parsial pada variabel harga, kualitas, dan brand online shop terhadap minat beli mahasiswa.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner (angket) yang dilakukan peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di kota Banjarmasin yang berjumlah 1.366 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 93 responden mahasiswa di kota Banjarmasin. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan tahapan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Di buktikan dengan uji T, uji F dan Determinasi dengan bantuan aplikasi SPSS 21 for *Windows 19.0*.

Berdasarkan hasil penelitian, di dapatkan bahwa secara parsial (uji t) yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa, yaitu: harga (5,339) > nilai t tabel (1,987), dengan signifikan (0.000<0.005), kualitas (3,518) > nilai t tabel (1,987), dengan signifikan (0,001<0,05), brand (3,783) > nilai t tabel (1,987), dengan signifikan (0.000 < 0,05), dan secara simultan (uji f) variabel harga, kualitas dan brand, berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa, dimana nilai f hitung > dari nilai f tabel (81,128>2,707).

MOTTO

“manusia tak selamanya benar dan tak selamanya salah, kecuali ia yang selalu mengoreksi diri dan membenarkan kebenaran orang lain atas kekeliruan diri sendiri”

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya kecil ini untuk Ayahanda H. Muriadin, terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar

ini. Lalu teruntuk bunda Hj. Aminah, terima kasih juga atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang Bunda lakukan, semua yang terbaik. Terima kasih selanjutnya untuk adikku tersayang Nazwa Tasya dalam memberi dukungan dan doa yang tanpa henti.

Ribuan terima kasih tak terlupa di ucapkan untuk para sahabat tercinta Yeni Emelia, Uswatun Hasanah, Norliani, Rahmawati, Ridha Adriani, Ridha Annisa, Nur Amilia dan teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Teman-teman angkatan 2015 jurusan Ekonomi Syariah yang telah membantu, mendo'akan, dan memberikan semangat kepada saya.

Untuk ribuan tujuan yang harus di capai, untuk jutaan impian yang akan di kejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, karena hidup tanpa mimpi ibarat arus sungai, mengalir tanpa tujuan. Teruslah belajar, berusaha dan berdoa untuk menggapainya. Jatuh berdiri lagi. Kalah mencoba lagi. Gagal bangkit lagi. *Never give up!*, Sampai Allah SWT berkata "waktunya Pulang".

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

متكبر	ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	ditulis	<i>al-qudu>s</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	ditulis	<i>ja>mi'ah</i>
مكتبة	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*

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

VI. Vokal rangkap

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

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

أنتم أشد خلقا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
---------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

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

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

الصبح	ditulis	<i>as}-s}ubh}u</i>
الساهرة	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>lz\}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 Harga, Kualitas, dan *Brand Online Shop* Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di Kota 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 hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Faridah, SE, M.M dan Errisa Nilasari, M.P., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Annisa Sayyid, MSI selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.

4. Dr. Muhaimin, S.Ag., MA. selaku Penasehat Akademik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Ibu dan Bapak, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak pernah kulupakan.

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, 21 Februari 2020

Penulis,

Rika Pahlifi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
TANDA PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah1
- B. Rumusan Masalah7
- C. Tujuan Penelitian7
- D. Signifikansi Penelitian7
- E. Definisi Operasional8
- F. Kajian Pustaka11
- G. Sistematika Penulisan12
- H. Kerangka Pemikiran13
- I. Hipotesis14

BAB II HARGA, KUALITAS, BRAND DAN MINAT BELI

A. Harga17

1. Dasar Teori Harga Islami17
2. Pengertian Harga20
3. Penetapan Harga22
4. Tujuan Penetapan Harga23
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penetapan Harga24
6. Jenis-jenis Harga25

B. Kualitas 27

1. Definisi Kualitas27
2. Dimensi Kualitas28

C. Brand (Merek) 29

1. Pengertian Merek29
2. Manfaat (Brand) Merek32

D. Minat Beli35

1. Minat Beli35
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli37
3. Indikator Minat Beli38
4. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan46

B. Lokasi Penelitian46

C. Populasi Sampel47

D. Data dan Sumber Data49

E. Teknik Pengumpulan Data50

F. Desain Pengukuran51

G. Teknik Analisis53

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian63

B. Karakteristik Responden74

C. Pengujian Hipotesis77

D. Uji Asumsi Klasik105

E. Analisis Regresi108

F. Uji Koefisien Determinasi112

BAB V PENUTUP

A. Simpulan114

B. Saran-saran115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel : 3.1 Jumlah Mahasiswa FKIP ULM, Bisnis UNISKA dan FEBI UIN44

Tabel: 3.2 Variabel Penelitian48

Tabel : 4.1 Jumlah Mahasiswa FKIP ULM, Bisnis UNISKA dan FEBI UIN71

Tabel : 4.2 Karakteristik berdasarkan jumlah sampel dari setiap jurusan72

Tabel : 4.3 Karakteristik berdasarkan penghasilan perbulan73

Tabel 4.4 harga yang di tawarkan di online shop sehingga mudah di miliki oleh masyarakat74

Tabel 4.5 Harga yang di tawarkan di online shop kompetitif di dibandingkan dengan harga yang di pasar tradisional (*offline*) 75

Tabel 4.6 Harga yang di tawarkan di online shop sesuai dengan kualitas yang diberikan76

Tabel 4.7 Harga di online shop sesuai dengan manfaat yang diberikan77

Tabel 4.8 Barang yang di jual di online shop memiliki kinerja yang berkualitas tinggi78

Tabel 4.9 Barang yang di jual di online shop merupakan barang yang tahan lama79

Tabel 4.10 Barang yang di jual di online shop memiliki ketahanan yang baik80

Tabel 4.11 Spesifikasi yang di jual di online shop sesuai dengan keterangan pada foto-foto atau gambar yang di promosikan oleh perusahaan81

Tabel 4.12 Barang yang di jual di online shop memiliki kualitas yang baik82

Tabel 4.13 Fashion di online shop mudah di jumpai di toko-toko online shop83

Tabel 4.14 Desain yang di usung pada online shop sangat menarik perhatian konsumen84

Tabel 4.15 Harga yang bervariasi pada online shop sesuai dengan keunggulan pada spesifikasi yang di tawarkan85

Tabel 4.16 Online shop banyak di gunakan oleh orang yang di sekitar86

Tabel 4.17 Desain online shop terlihat lebih mewah dari pasar tradisional (*offline*) yang lain87

Tabel 4.18 Inovasi desain yang di tawarkan online shop berbeda dengan yang di pasar tradisional (*offline*) 88

Tabel 4.19 Nama online shop yang tidak terlalu sulit untuk di ucapkan89

Tabel 4.20 Online shop memberikan dan menambah rasa percaya diri yang tinggi pada pemakaiannya90

Tabel 4.21 mengetahui informasi online shop dari beberapa media sosial91

Tabel 4.22 Online shop merupakan tempat berbelanja yang paling nyaman92

Tabel 4.23 Aplikasi yang digunakan pada online shop lebih nyaman dari pada berbelanja di pasar tradisional (*offline*) 93

Tabel 4.24 berbelanja di online shop sangat nyaman dan mudah94

Tabel 4.25 menyukai berbelanja di online shop karena beberapa kelebihan yang tidak dimiliki di pasar tradisional (*offline*) 95

Tabel 4.26 berminat berbelanja di online shop karena mudah digunakan⁹⁶

Tabel 4.27 berbelanja di online shop kalau uang yang dimiliki cukup⁹⁷

Tabel 4.28 Barang yang dijual di online shop memiliki harga bervariasi sehingga dapat memilih sesuai dengan keuangan⁹⁸

Tabel 4.28 berminat untuk berbelanja di online shop karena teman yang merekomendasikan⁹⁹

Tabel: 4.29 Hasil Uji Validitas¹⁰⁰

Tabel: 4.31 Hasil Uji Reliabilitas¹⁰¹

Tabel: 4.32 Hasil Uji Normalitas¹⁰²

Tabel: 4.33 Uji Multikolinearitas¹⁰³

Tabel: 4.34 Uji Heteroskedastisitas¹⁰⁴

Tabel: 4.35 Hasil Pengolahan Data¹⁰⁵

Tabel; 4. 36 Tabulasi Interpretasi Nilai R¹⁰⁹

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran