

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Shopee ialah *platform e-commerce* kategori *marketplace* yang merupakan anak perusahaan Sea Limited (sebelumnya Garena), yang mana Sea Limited sendiri didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009 dan sudah masuk dalam daftar NYSE (*New York Stock Exchange*). Peluncuran kali pertamanya Shopee ialah pada tahun 2015 di Singapura, Singapura menjadi negara asal sekaligus kantor pusat Shopee,¹ hingga selanjutnya dilakukan perluasan jangkauan sampai ke negara-negara ASEAN lainnya dengan pembukaan Shopee Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, dan Shopee Filipina. Kesuksesan Shopee bukan cuma dirasakan di negara asalnya, akan tetapi sudah diakui oleh pangsa pasar negara tetangga, termasuk Indonesia.² Awal peluncuran Shopee di Indonesia yaitu pada akhir bulan Mei 2015 hingga mulai aktif beroperasi di penghujung bulan Juni 2015.³

Perkembangan masa yang mendorong aktivitas digitalisasi seperti sekarang ini, membuat Shopee sebagai salah satu platform *e-commerce* kategori *marketplace* di Indonesia, sukses menggaet pasaran yang luas. Sampai dengan Mei 2024, di Playstore sudah lebih dari 100 juta pengguna telah menginstalnya, dengan sekitar 13 juta *reviews* atau ulasan di Playstore, hal ini membuktikan bahwa pengguna Shopee sangatlah besar. Tampilan yang *friendly*, cara pengoprasian yang mudah, serta banyak kegunaan yang dihadirkan, ditambah lagi banyaknya promo gratis ongkir, *cashback* serta fitur lainnya, mengantarkan platform ini menjadi *e-commerce* yang banyak digemari oleh sebagian besar pangsa pasar Indonesia.⁴ Shopee juga melakukan inisiatif dengan berinovasi dan melakukan perkembangan berbagai fitur yang bisa dipakai para penggunanya, termasuk pengguna Muslim Indonesia.

¹Wikipedia Ensiklopedia, "Shopee," id.wikipedia.org, October 2, 2023, <https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>.

² Faiza et al., "Fitur Halal Shopee Barokah Sebagai Preferensi Belanja Online Muslim Di Era Digital," 80.

³ Wikipedia Ensiklopedia, "Shopee."

⁴ Faiza et al., "Fitur Halal Shopee Barokah Sebagai Preferensi Belanja Online Muslim Di Era Digital," 82.

Di tahun 2019, situs *e-commerce* kategori *marketplace* di Indonesia ini telah berinovasi dengan peluncuran fitur khusus yang diberi nama Shopee Barokah, pergerakan ini dilakukan sebagai respon akan *opportunity* potensi serta wujud pemenuhan permintaan pasar *online* Syariah Indonesia. Peluncuran Shopee Barokah disambut baik oleh masyarakat, terkhusus masyarakat muslim. Dan dengan ini Shopee menargetkan capaian peningkatan transaksi yang signifikan di Shopee Barokah dengan melakukan gerakan pengembangan. Pengembangan ini diperuntukkan guna menyediakan pasar *online* Syariah sebagai pemenuhan kebutuhan umat Muslim yang lebih lengkap. Fitur ini mengelola berbagai produk dan layanan syariah mulai dari *Fashion* muslim hingga kecantikan serta menggaet berbagai mitra dan merek terkenal, juga bekerja sama dengan BAZNAS, Dompot Dhuafa, ACT, Rumah Zakat, dan organisasi kemanusiaan lainnya untuk memberi kemudahan serta efisiensi para pengguna Muslim Shopee dalam melakukan kegiatan sosial penyaluran donasi ataupun menunaikan kewajiban membayar zakat lewat *online*.⁵

Di Shopee Barokah, ragam pilihan produk yang diperjualbelikan telah terjamin kehalalannya, selain itu proses transaksi yang disediakan juga sudah pasti aman, karena fitur ini dengan khusus menonaktifkan penggunaan berbagai metode pembayaran kartu kreditnya yang jelas mengandung unsur riba.⁶, Desain Shopee Barokah dilengkapi dengan fitur-fitur penunjang peribadatan dan gaya hidup Islami yang dibutuhkan pengguna Muslim Shopee di Indonesia.

2. Gambaran Umum Responden

Data terkait karakteristik 96 responden sebagai sampel penelitian diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Kuesioner *google form* dibagikan kepada responden dengan cara tatap muka secara langsung maupun *online*. Penyebaran secara langsung dimaksudkan peneliti untuk menunggu dan mengamati secara langsung responden melakukan pengisian kuisisioner, dalam penyebaran secara langsung, peneliti tetap menggunakan kuisisioner *google form* yang telah dibuat, dibagikan kepada responden yang sesuai kriteria sampel penelitian dengan cara

⁵ Faiza et al., 81.

⁶ Fiza Fradesa et al., "Fitur Shopee Barokah Dan Tokopedia Salam: Inovasi Marketplace Halal Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Digital Berbasis Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (October 31, 2022): 2898, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6559>.

scan barcode google form yang disediakan peneliti. Sementara penyebaran secara *online* dimaksudkan peneliti untuk dapat menjangkau domisili responden yang jauh guna meminimalisir biaya-biaya, dengan cara ini peneliti membagikan *link* kuisisioner *google form* secara *online* melalui WhatsApp yang dibagikan secara pribadi maupun grup. Kuisisioner disebar oleh peneliti sendiri dan juga dibantu oleh teman yang juga seorang mahasiswa di IAIN Kudus, Universitas Ivvet Semarang, Universitas PGRI Semarang, Universitas Sebelas Maret Solo dan teman-teman kerja peneliti juga beberapa teman lainnya.

Data primer dari responden dipilih secara urut berdasarkan urutan pertama yang masuk. Ada beberapa yang tereleminasi diakibatkan terdapat ketidaksesuaian responden dengan kriteria yang ditetapkan. Berikut ini diantaranya data karakteristik dari responden yang telah memberi pernyataan dengan mengisi kuisisioner penelitian, data karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup data-data yang berkenaan dengan identitas diri mereka serta karakteristik responden berdasarkan klasifikasi kriteria sampel:

a. Jenis Kelamin Responden

Dari kuisisioner penelitian yang dibagikan kepada 96 responden, diperoleh data karakteristik responden berkenaan dengan jenis kelamin mereka. Hasilnya dapat dilihat pada *output* yang ditampilkan dalam tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1 Analisis *Descriptive Statistic* Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	Laki-laki	27	28.1	28.1	28.1
	Perempuan	69	71.9	71.9	100.0
	<i>Total</i>	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Hasil Output SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat banyaknya responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang dengan presentase 28,1%, sementara jumlah responden yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 69 orang atau sekitar 71,9% dari keseluruhan sampel yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin Perempuan.

b. Rentang Usia Responden

Data karakteristik responden yang berkaitan dengan rentang usianya bisa diamati melalui tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Analisis *Descriptive Statistic* Rentang Usia Responden

Usia

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	15 - 20 Tahun	18	18.8	18.8
	21 - 30 Tahun	73	76.0	94.8
	31 - 40 Tahun	5	5.2	100.0
	<i>Total</i>	96	100.0	100.0

Sumber: Data Output SPSS, 2024

Berdasarkan data hasil *output* pada tabel 4.2 diatas, diperoleh data klasifikasi karakteristik responden berdasarkan usianya, dan hasilnya menunjukkan bahwasanya jumlah frekuensi usia responden didominasi oleh responden dengan rentang usia 21 sampai dengan 30 tahun, dengan jumlah 73 responden atau 76% dari keseluruhan sampel yang didapat. Sisanya terdiri dari 18 responden dengan rentang usia 15-20 tahun yaitu sekitar 18,8% dari 96 responden, serta lainnya sejumlah 5 orang (5,2%) dengan rentang usia 3-40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwasanya kebanyakan responden yang memiliki minat dalam menggunakan Shopee Barokah adalah orang dengan rentang usia 20-30 tahun.

c. Domisili Responden

Data karakteristik responden berdasarkan domisili mereka bisa diamati melalui tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Analisis *Descriptive Statistic* Domisili Responden

Domisili

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	Kudus	50	52.1	52.1
	Pati	12	12.5	64.6
	Jepara	10	10.4	75.0
	Demak	9	9.4	84.4
	Grobogan	3	3.1	87.5

Purwodadi	2	2.1	2.1	89.6
Rembang	1	1.0	1.0	90.6
Semarang	7	7.3	7.3	97.9
Solo	2	2.1	2.1	100.0
<i>Total</i>	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Hasil Output SPSS, 2024

Dari tabel 4.3 diatas diperoleh klasifikasi responden berdasarkan domisili mereka. Dimana responden terbanyak berasal dari Kudus yakni 50 orang dengan kontribusi sebesar 52,1% dari keseluruhan jumlah sampel yang didapat, domisili Pati berjumlah 12 orang (12,5%), Jepara 10 orang (10,4%), Demak 9 orang (9,4), Semarang 7 orang (7,3%), Grobogan sebanyak 3 orang (3,1%), kemudian responden dari Purwodadi dan Solo masing-masing berjumlah 2 orang (2,1%), sementara dari Rembang diisi oleh 1 orang responden.

d. Pekerjaan Responden

Data karakteristik responden yang berkenaan dengan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 4 Analisis *Descriptive Statistic* Jenis Pekerjaan Responden

	<i>Frequenc</i> <i>y</i>	<i>Perce</i> <i>nt</i>	<i>Valid</i> <i>Percent</i>	<i>Cumulative</i> <i>Percent</i>
Pelajar/Mahasiswa	70	72.9	72.9	72.9
PNS/ASN	2	2.1	2.1	75.0
Karyawan Swasta	14	14.6	14.6	89.6
Wiraswasta	5	5.2	5.2	94.8
<i>Valid</i> Guru Honorer	1	1.0	1.0	95.8
Guru TPQ	1	1.0	1.0	96.9
Satpam	1	1.0	1.0	97.9
Ibu Rumah Tangga	2	2.1	2.1	100.0
<i>Total</i>	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Output SPSS, 2024

Dari olah data primer yang dilakukan peneliti, didapatkan 96 responden dengan pekerjaan yang bervariasi, hal tersebut ditampilkan pada hasil *output* dalam tabel 4.4

diatas. Yang mana diperoleh Sembilan jenis pekerjaan diantaranya, pelajar atau mahasiswa berjumlah 70 orang atau sebanyak 72,9% dari 96 responden yang telah mengisi kuisioner. Kemudian PNS/ASN sebanyak 2 orang (2,1%), karyawan swasta berjumlah 14 orang (14,6%), wiraswasta memiliki kontribusi sebesar 5,2% atau sekitar 5 orang, dan guru honorer, guru TPQ dan satpam masing masing berjumlah 1 responden serta ibu rumah tangga sebanyak 2 orang (2,1%). Dari akumulasi tersebut dapat diketahui bahwasanya responden terbanyak diduduki oleh responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/mahasiswa.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Kriteria Sampel

Kriteria sampel penelitian ini diantaranya ialah sebagai berikut:

- 1) Responden merupakan pengguna yang telah mengunjungi dan menggunakan *e-commerce* Shopee di Indonesia
- 2) Responden telah menggunakan atau mengetahui fitur Shopee Barokah

Data karakteristik responden berkenaan dengan identifikasi kriteria sampel dirangkum dalam tabel 4.5 berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Identifikasi Kriteria Sampel

Kriteria Sampel	Jawaban Responden	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Cum. Percent</i>
1.	Pengguna <i>E-Commerce</i> Shopee	96	100,0	100%
	Bukan Pengguna	0	0	
Ket.	<i>Valid (memenuhi syarat kriteria sampel 1)</i>			
2.	Pengguna Aktif Shopee Barokah	27	28,1	100%
	Mengetahui Shopee Barokah	69	71,9	
	Tidak tahu	0	0	
Ket.	<i>Valid (memenuhi syarat kriteria sampel 2)</i>			

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat ditarik suatu kesimpulan yaitu syarat kriteria sampel nomor 1 maupun 2 terpenuhi. Hal ini dibuktikan dengan perolehan 100% responden dari 96 sampel merupakan pengguna *e-commerce* Shopee dan telah mengetahui atau menggunakan Shopee Barokah, lalu dari domisili responden pada poin sebelumnya diketahui seluruh responden berdomisili di Indonesia. Dengan demikian responden yang mengisi kuisioner penelitian ini sesuai dengan kriteria yang ditetapkan sebelumnya.

3. Deskripsi Jawaban Responden

Pada bagian deskripsi jawaban responden, didalamnya berisikan rincian-rincian pernyataan yang dipilih responden dalam tiap variabelnya, dimana pilihan rincian ini menjadi respon jawaban atas pernyataan yang diajukan dalam kuisioner, pernyataan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Variabel Fitur Transaksi Islami

Pada variabel Fitur Transaksi Islami (X1) terdapat 6 butir pernyataan, antara lain:

- X1.1 : Saya menggunakan Shopee Barokah karena dalam memilih platform belanja *online*, saya ingin terhindar dari segala bentuk transaksi terlarang dalam Islam.
- X1.2 : Saya memilih Shopee Barokah karena adanya fitur transaksi Islami.
- X1.3 : Menurut saya fitur transaksi Islami Shopee Barokah memberikan rasa aman untuk melakukan transaksi pembayaran *online*.
- X1.4 : Saya melakukan transaksi *online* di Shopee Barokah menggunakan akad dan pembayaran yang disesuaikan dengan prinsip Islam.
- X1.5 : Metode pembayaran yang tersedia dalam fitur transaksi di Shopee Barokah, selaras dengan karakteristik transaksi dalam Islam.
- X1.6 : Ketelitian proses transaksi dalam fitur transaksi Islami Shopee Barokah sesuai dengan kriteria platform belanja *online* yang saya cari.

Hasil perolehan jawaban responden yang berkaitan dengan pernyataan variabel Fitur Transaksi Islami telah dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 4. 6 Rangkuman Analisis *Descriptive Statistic Frequency* Table Variabel (X1)

Item	Fitur Transaksi Islami (X1)									
	STS		TS		N		S		SS	
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
X1.1	1	1,0	3	3,1	15	15,6	53	55,2	24	25,0
X1.2	1	1,0	3	3,1	14	14,6	55	57,3	23	24,0
X1.3	2	2,1	0	0	15	15,6	47	49,0	32	33,3
X1.4	2	2,1	3	3,1	16	16,7	52	54,2	23	24,0
X1.5	1	1,0	1	1,0	21	21,9	51	53,1	22	22,9
X1.6	1	1,0	0	0	22	22,9	46	47,9	27	28,1

Sumber: Data Primer yang Diolah Tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.6, bisa diambil suatu simpulan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pada butir pernyataan 1 yang berkaitan dengan variabel fitur transaksi Islami, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, jawaban tidak setuju 3, jawaban netral sebanyak 15, jumlah jawaban setuju sebanyak 53 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan, dari 96 responden terdapat 80,2% yang menyatakan setuju bahwa mereka menggunakan Shopee Barokah karena dalam memilih platform belanja *online*, ingin terhindar dari segala bentuk transaksi terlarang dalam Islam.
- 2) Pada butir pernyataan 2, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, tidak setuju sebanyak 3, jawaban netral sebanyak 14, jumlah jawaban setuju sebanyak 55 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 23 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, kebanyakan responden setuju bahwa mereka memilih Shopee Barokah karena adanya fitur transaksi Islami.
- 3) Pada butir pernyataan 3, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang, jawaban tidak setuju 0, jawaban netral sebanyak 15, jumlah jawaban setuju sebanyak 47, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 32 responden. Dengan demikian dapat ditarik

kesimpulan, responden setuju bahwa fitur transaksi Islami Shopee Barokah memberikan rasa aman bagi mereka untuk melakukan transaksi pembayaran *online*.

- 4) Pada butir pernyataan 4, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 3, jawaban netral sebanyak 16, jumlah jawaban setuju sebanyak 52, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 23 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka melakukan transaksi *online* di Shopee Barokah menggunakan akad dan pembayaran yang disesuaikan dengan prinsip Islam.
- 5) Pada butir pernyataan 5, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 1, jawaban netral sebanyak 21, jumlah jawaban setuju sebanyak 51, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa metode pembayaran yang tersedia dalam fitur transaksi di Shopee Barokah, selaras dengan karakteristik transaksi dalam Islam.
- 6) Pada butir pernyataan 6, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, jawaban tidak setuju 0, jawaban netral sebanyak 22, jumlah jawaban setuju sebanyak 46 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa ketelitian proses transaksi dalam fitur transaksi Islami Shopee Barokah sesuai dengan kriteria platform belanja *online* yang mereka cari.

b. Variabel Gaya Hidup Halal

Pada variabel gaya hidup halal (X2) terdapat 6 butir pernyataan, antara lain:

X2.1 : Saya merasa Shopee Barokah dapat dijadikan sarana implementasi gaya hidup halal.

X2.2 : Dalam berkonsumsi, saya berusaha menahan diri untuk tidak berlebih-lebihan, sederhana sesuai

- kebutuhan dan menggunakan Shopee Barokah untuk menunjang pola hidup yang sesuai tuntutan Islam.
- X2.3 : Saya memilih Shopee Barokah karena ingin taat dalam memperhatikan kehalalan produk yang tubuh saya konsumsi.
 - X2.4 : Saya menggunakan Shopee Barokah karena pilihan produknya sudah tersertifikasi halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.
 - X2.5 : Menurut saya, Shopee Barokah mendukung gaya hidup halal yang saya terapkan.
 - X2.6 : Selain untuk berbelanja, saya juga mengunjungi Shopee Barokah untuk pemenuhan segala kebutuhan gaya hidup halal.

Hasil perolehan jawaban responden yang berkaitan dengan pernyataan variabel gaya hidup halal telah dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 4. 7 Rangkuman Analisis *Descriptive Statistic Frequency* Table Variabel (X2)

Item	Gaya Hidup Halal (X2)									
	STS		TS		N		S		SS	
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
X2.1	0	0	1	1,0	22	22,9	45	46,9	28	29,2
X2.2	1	1,0	3	3,1	19	19,8	46	47,9	27	28,1
X2.3	1	1,0	0	0	22	22,9	51	53,1	22	22,9
X2.4	1	1,0	2	2,1	15	15,6	54	56,3	24	25,0
X2.5	0	0,0	2	2,1	23	24,0	46	47,9	25	26,0
X2.6	2	2,1	4	4,2	19	19,8	51	53,1	20	20,8

Sumber: *Data Output SPSS yang Diolah, 2024*

Dari tabel 4.7, bisa disimpulkan dan diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pada butir pernyataan 1 yang berkaitan dengan variabel gaya hidup halal, diperoleh kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 1, jawaban netral sebanyak 22, jumlah jawaban setuju sebanyak 45, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 28 responden. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan, responden setuju bahwa Shopee Barokah dapat dijadikan sarana implementasi gaya hidup halal.

- 2) Pada butir pernyataan 2, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 3, jawaban netral sebanyak 19, jumlah jawaban setuju sebanyak 46, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan, responden setuju bahwa dalam berkonsumsi, mereka berusaha menahan diri untuk tidak berlebih-lebihan, sederhana sesuai kebutuhan dan menggunakan Shopee Barokah untuk menunjang pola hidup yang sesuai tuntutan Islam.
- 3) Pada butir pernyataan 3, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, jawaban tidak setuju 0, jawaban netral sebanyak 22 jumlah jawaban setuju sebanyak 51 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan, responden setuju bahwa mereka memilih Shopee Barokah karena ingin taat dalam memperhatikan kehalalan produk yang tubuh mereka konsumsi.
- 4) Pada butir pernyataan 4, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 2, jawaban netral sebanyak 15, jumlah jawaban setuju sebanyak 54 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 24 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka menggunakan Shopee Barokah karena pilihan produknya sudah tersertifikasi halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.
- 5) Pada butir pernyataan 5, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 2, jawaban netral sebanyak 23, jumlah jawaban setuju sebanyak 46, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka merasa Shopee Barokah mendukung gaya hidup halal yang mereka terapkan.
- 6) Pada butir pernyataan 6, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 4,

jawaban netral sebanyak 19, jumlah jawaban setuju sebanyak 51 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa selain untuk berbelanja, mereka juga mengunjungi Shopee Barokah untuk pemenuhan segala kebutuhan gaya hidup halal.

c. Variabel Persepsi Kegunaan

Pada variabel persepsi kegunaan (X3) terdapat 6 butir pernyataan, antara lain:

- X3.1 : Banyak manfaat yang saya rasakan ketika menggunakan Shopee Barokah.
- X3.2 : Saya menggunakan Shopee Barokah karena layanan yang disediakan benar-benar berguna sesuai kebutuhan saya.
- X3.3 : Menurut saya layanan-layanan yang disediakan Shopee Barokah bekerja baik dalam meningkatkan efektifitas keseharian muslim.
- X3.4 : Saya merasa dengan menggunakan Shopee Barokah dapat mempermudah penyelesaian pekerjaan muslim, terutama dalam efisiensi berbelanja *online* sesuai syariat Islam.
- X3.5 : Shopee Barokah dengan fitur al-quran digital, jadwal salat sampai fitur arah kiblat dan lainnya dapat menunjang ketaatan muslim terhadap perintah agama.
- X3.6 : Saya merasa bahwa fitur dan layanan syariah yang disediakan Shopee Barokah berguna dalam mendukung aktivitas religiusitas pengguna muslim.

Hasil perolehan jawaban responden yang berkaitan dengan pernyataan variabel persepsi kegunaan telah dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 4. 8 Rangkuman Analisis *Descriptive Statistic Frequency* Table Variabel (X3)

Item	Persepsi Kegunaan (X3)									
	STS		TS		N		S		SS	
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
X3.1	1	1,0	4	4,2	23	24,0	44	45,8	24	25,0
X3.2	2	2,1	4	4,2	20	21,9	46	47,9	23	24,0
X3.3	0	0	3	3,1	21	21,9	52	54,2	20	20,8
X3.4	0	0	3	3,1	21	21,9	52	54,2	20	20,8

X3.5	1	1,0	0	0	13	13,5	51	53,1	31	32,3
X3.6	0	0	3	3,1	8	8,3	55	57,3	30	31,3

Sumber: Data Output SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 4.8, hasilnya bisa disimpulkan dengan uraian sebagai berikut:

- 1) Pada butir pernyataan 1 yang berkaitan dengan variabel *perceived usefulness*, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 4, jawaban netral sebanyak 23 jumlah jawaban setuju sebanyak 44 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 24 responden. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan, responden setuju bahwa banyak manfaat yang mereka rasakan ketika menggunakan Shopee Barokah.
- 2) Pada butir pernyataan 2, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 4, jawaban netral sebanyak 20, jumlah jawaban setuju sebanyak 46, dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 23 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka menggunakan Shopee Barokah karena layanan yang disediakan benar-benar berguna sesuai kebutuhan mereka.
- 3) Pada butir pernyataan 3, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 3, jawaban netral sebanyak 21, jumlah jawaban setuju sebanyak 52 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka merasa layanan-layanan yang disediakan Shopee Barokah bekerja baik dalam meningkatkan efektifitas keseharian muslim.
- 4) Pada butir pernyataan 4, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 3, jawaban netral sebanyak 21, jumlah jawaban setuju sebanyak 52 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden. Dengan demikian dapat

ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka merasa dengan menggunakan Shopee Barokah dapat mempermudah penyelesaian pekerjaan muslim, terutama dalam efisiensi berbelanja *online* sesuai syariat Islam.

- 5) Pada butir pernyataan 5, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang, jawaban tidak setuju 0, jawaban netral sebanyak 13, jumlah jawaban setuju sebanyak 51 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 31 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa Shopee Barokah dengan fitur al-quran digital, jadwal salat sampai fitur arah kiblat dan lainnya dapat menunjang ketaatan muslim terhadap perintah agama.
- 6) Pada butir pernyataan 6, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 3, jawaban netral sebanyak 8, jumlah jawaban setuju sebanyak 55 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 30 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka merasa fitur dan layanan syariah yang disediakan Shopee Barokah berguna dalam mendukung aktivitas religiusitas pengguna muslim.

d. Variabel Minat Penggunaan Shopee Barokah

Pada variabel minat penggunaan Shopee Barokah (Y) terdapat 4 butir pernyataan, antara lain:

- Y.1 : Saya tertarik dan berniat untuk menggunakan Shopee Barokah.
- Y.2 : Saya akan sering mengunjungi Shopee Barokah untuk sekedar berbelanja *online* maupun menggunakan layanan-layanan syariah yang disediakan.
- Y.3 : Saya ingin terus menggunakan Shopee Barokah sebagai platform belanja *online*.
- Y.4 : Saya akan selalu berlanjut menggunakan Shopee Barokah di masa mendatang.

Hasil perolehan jawaban responden yang berkaitan dengan pernyataan variabel minat penggunaan Shopee Barokah telah dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 4. 9 Rangkuman Analisis *Descriptive Statistic Frequency Table* Variabel (Y)

Item	Minat Penggunaan Shopee Barokah (Y)									
	STS		TS		N		S		SS	
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
Y.1	0	0,0	3	3,1	28	28,0	41	42,7	24	25,0
Y.2	2	2,1	5	5,2	31	32,3	41	42,7	17	17,7
Y.3	2	2,1	4	4,2	33	34,4	41	42,7	16	16,7
Y.4	2	2,1	2	2,1	31	32,3	39	40,6	22	22,9

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.9, maka kesimpulannya dapat diungkapkan kedalam uraian berikut ini:

- 1) Pada butir pernyataan 1 yang berkaitan dengan variabel minat penggunaan Shopee Barokah, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 3, jawaban netral sebanyak 28, jumlah jawaban setuju sebanyak 41 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 24 responden. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan, responden setuju bahwa mereka tertarik dan berniat untuk menggunakan Shopee Barokah.
- 2) Pada butir pernyataan 2, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 5, jawaban netral sebanyak 31, jumlah jawaban setuju sebanyak 41 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 17 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka akan sering mengunjungi Shopee Barokah untuk sekedar berbelanja *online* maupun menggunakan layanan-layanan syariah yang disediakan.
- 3) Pada butir pernyataan 3, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 4, jawaban netral sebanyak 33, jumlah jawaban setuju sebanyak 41 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 16 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka merasa ingin terus menggunakan Shopee Barokah sebagai platform belanja *online*.

- 4) Pada butir pernyataan 4, diperoleh banyaknya kelompok responden yang menentukan jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang, jawaban tidak setuju sebanyak 2, jawaban netral sebanyak 31 jumlah jawaban setuju sebanyak 39 dan yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, responden setuju bahwa mereka akan selalu berlanjut menggunakan Shopee Barokah di masa mendatang.

4. Analisis Data

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas

Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui kelayakan item-item pernyataan pada kuesioner penelitian, hasil pengujian ini dapat menjelaskan suatu variabel serta dapat dijadikan acuan dalam penetapan *valid* tidaknya kuesioner yang diajukan. Guna mengetahui status kevalidan suatu item, bisa dengan melihat perbandingan nilai *r* hitung yang dihasilkan dari pengujian ini, dengan *r* tabelnya pada tabel *r* Korelasi Pearson, serta menggunakan taraf signifikansi 0,05 atau 5% dengan syarat *degree of freedom* (*df*) = *n*-2 (*n* adalah jumlah sampel penelitian).⁷ Dalam penelitian ini nilai *df* yang didapatkan adalah 94 (*df*=96-2=94), maka *r* tabel yang digunakan adalah 0,201. Suatu instrumen bisa dinyatakan *valid* ketika memperoleh nilai *r* hitung yang lebih besar daripada *r* tabelnya (*r* hitung > 0,201). Perolehan hasil uji validitas instrumen pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
----------	------	----------	---------	------------

⁷ Zunia Nanda Maharani, “Pengaruh E-Commerce, Pemanfaatan IT (Information Technology) Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Online” (Kudus, 2022), 59, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce->.

Fitur transaksi Islami (X1)	X1.1	0,796	0,201	<i>Valid</i>
	X1.2	0,821	0,201	<i>Valid</i>
	X1.3	0,761	0,201	<i>Valid</i>
	X1.4	0,842	0,201	<i>Valid</i>
	X1.5	0,765	0,201	<i>Valid</i>
	X1.6	0,800	0,201	<i>Valid</i>
Gaya Hidup Halal (X2)	X2.1	0,672	0,201	<i>Valid</i>
	X2.2	0,741	0,201	<i>Valid</i>
	X2.3	0,840	0,201	<i>Valid</i>
	X2.4	0,786	0,201	<i>Valid</i>
	X2.5	0,799	0,201	<i>Valid</i>
	X2.6	0,786	0,201	<i>Valid</i>
Persepsi Kegunaan (X3)	X3.1	0,763	0,201	<i>Valid</i>
	X3.2	0,850	0,201	<i>Valid</i>
	X3.3	0,728	0,201	<i>Valid</i>
	X3.4	0,814	0,201	<i>Valid</i>
	X3.5	0,726	0,201	<i>Valid</i>
	X3.6	0,780	0,201	<i>Valid</i>
Minat Penggunaan Shopee Barokah (Y)	Y.1	0,825	0,201	<i>Valid</i>
	Y.2	0,858	0,201	<i>Valid</i>
	Y.3	0,895	0,201	<i>Valid</i>
	Y.4	0,875	0,201	<i>Valid</i>

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa instrumen yang digunakan dinyatakan valid, hal ini terlihat dari nilai r hitung terkecil yang dihasilkan dalam *output* adalah senilai 0,672, dengan demikian diperoleh hasil bahwa nilai r hitung dari seluruh item lebih besar dari r tabelnya ($r \text{ hitung} > 0,201$). Sehingga bisa disimpulkan *item* pada variabel fitur transaksi Islami, gaya hidup halal dan persepsi kegunaan serta minat penggunaan Shopee Barokah dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengujian lebih lanjut.

2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen ditujukan untuk mengukur konsistensi, kestabilan dan kesesuaian respon

jawaban responden dalam menanggapi sesuatu yang berhubungan dengan konsep pernyataan kuesioner yang diajukan peneliti. Suatu variabel dinyatakan konsisten atau reliabel apabila memperoleh nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari nilai kritisnya (0,60).⁸ Hasil uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini telah disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Reliability Coefficient <i>t</i>	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Ket.
Fitur Transaksi Islami (X1)	6 Item	0,885	0,60	Reliabel
Gaya Hidup Halal (X2)	6 Item	0,862	0,60	Reliabel
Persepsi Kegunaan (X3)	6 Item	0,868	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan Shopee Barokah (Y)	4 Item	0,886	0,60	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS yang Diolah, 2024

Dari tabel diatas didapatkan hasil nilai *cronbach's alpha* dari keseluruhan variabel yang nilainya lebih besar dari nilai kritisnya yaitu 0,60. Sehingga semua variabel penelitian disini dianggap reliabel serta dapat digunakan sebagai instrumen untuk proses pengukuran sampel penelitian. Semakin tinggi skor koefisien reliabilitas, menunjukkan bahwa alat ukur yang dipakai dinilai semakin *reliable*. Pertanyaan atau pernyataan yang *reliable* dan baik ialah yang memiliki angka reabilitas lebih dari atau sama dengan 0,70.⁹ Jadi seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dianggap reliabel dan sangat baik karena nilai terkecil yang diperoleh adalah sebesar 0,862.

⁸ Maharani, 61.

⁹ Siyoto and Sodik, *Dasar Metode Penelitian*, 92.

b. Uji Asumsi Klasik**1) Uji Normalitas**

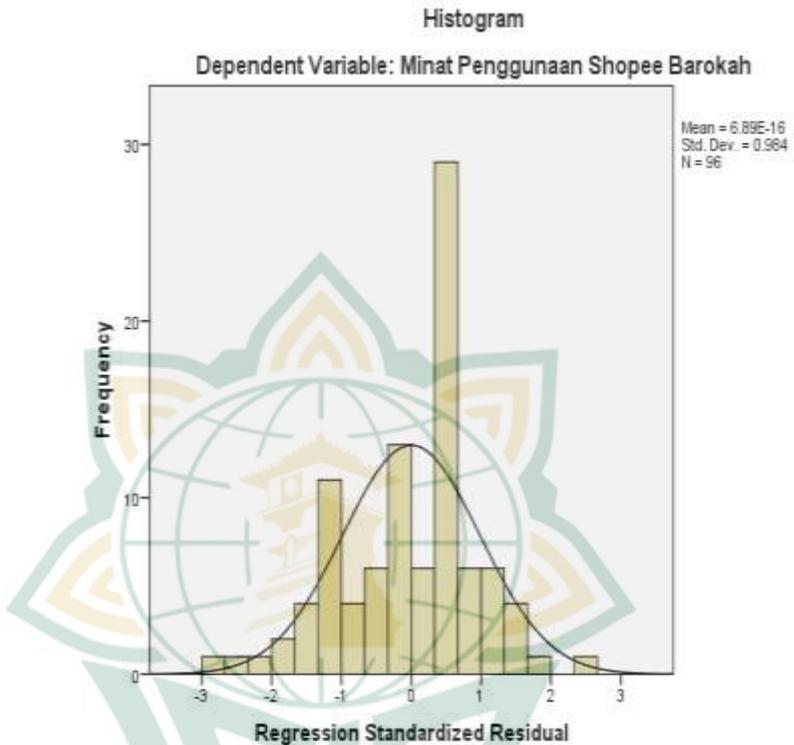
Uji asumsi normalitas ini dilakukan guna memperoleh jawaban atas pertanyaan, apakah nilai residual disini berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi dianggap baik jika memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Penetapan keputusan ada tidaknya distribusi normal pada nilai residual yang dihasilkan, bisa diamati melalui analisis grafik histogram normalitas dan grafik *normal probability plot*. Suatu data dinyatakan telah berdistribusi secara normal ialah ketika distribusi datanya pada histogram membentuk pola lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri maupun ke kanan. Sementara pada grafik *normal p-p plot* menunjukkan gejala titik-titik yang menyebar disekitaran garis diagonal dan penyebarannya tersebut mengikuti arah garis diagonal grafik.¹⁰ Hasil *output* pada uji normalitas menggunakan analisis grafik ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

a) Uji normalitas dengan histogram

Berikut hasil uji normalitas menggunakan analisis grafik histogrami:

¹⁰ Maharani, “Pengaruh E-Commerce, Pemanfaatan IT (Information Technology) Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Online,” 62.

Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



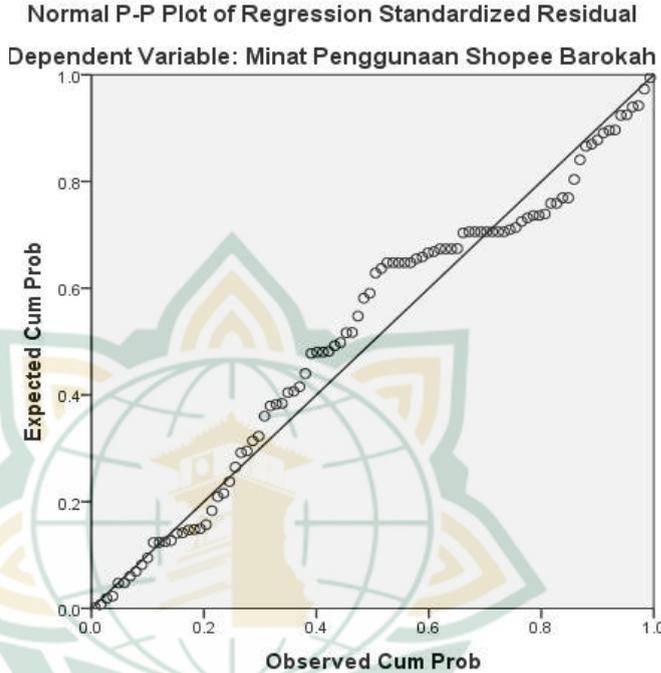
Sumber: Data Output SPSS, 2024

Berdasarkan gambar 4.1 terlihat grafik histogram seperti membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan ataupun kiri. Sehingga dilihat dari grafik histogram tersebut maka dapat dinyatakan data penelitian yang dianggap telah terdistribusi normal dan regresinya memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji normalitas dengan grafik normal p-p plot

Berikut hasil uji normalitas menggunakan analisis grafik *Normal Probability Plot*:

Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot



Sumber: Data Output SPSS, 2024

Gambar 4.2, menunjukkan distribusi titik-titik yang menyebar disekitaran garis diagonal dan penyebarannya tersebut mengikuti arah garis diagonal grafik. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa uji normalitas dalam model regresi pada penelitian ini berdistribusi secara normal.

Dalam pengujian ini, guna mengetahui suatu data dapat berdistribusi normal atau tidak, selain dengan analisis grafik (histogram dan normal p-p plot), dapat pula diamati melalui analisis statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Kriteria pengambilan keputusan melalui analisis ini yaitu: a) Apabila nilai sig > 0,05, data dinyatakan berdistribusi normal b) Ketika nilai sig < 0,05, data dianggap tidak menghasilkan distribusi normal.¹¹ Hasil *output* pada uji normalitas *One Sample*

¹¹ Gunawan, Mahir *Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*, 62.

Kolmogorov-Smirnov menggunakan analisis statistik ini dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas One Sample K-S One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.66556806
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.081
	Negative	-.131
Kolmogorov-Smirnov Z		1.279
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.12, hasilnya menunjukkan nilai sig. sebesar 0,076, hasil tersebut menunjukkan nilai sig>0,05. Sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan bahwasanya data penelitian ini juga dinyatakan berdistribusi secara normal berdasarkan analisis statistik.

2) Uji Autokorelasi

Dilakukannya Uji asumsi autokorelasi memiliki tujuan yaitu guna mengetahui akankah model regresi yang digunakan menunjukkan adanya korelasi diantara kesalahan pengganggu dalam periode t dengan kesalahan pengganggu dalam periode sebelumnya. Model regresi dikatakan baik adalah ketika tidak terdapat *problem* autokorelasi. Apabila terdapat korelasi, dapat dikatakan terjadi permasalahan autokorelasi. Ada tidaknya autokorelasi ini bisa ditemukan dengan model pengujian statistik asumsi klasik *Durbin-Watson test* (uji DW). Jika ditemukan nilai DW yang berada di antara angka -2 s/d angka 2 atau sesuai dengan simbol matematika berikut $-2 \leq DW \leq 2$, dapat dimaknai bahwa data yang diujikan dalam model regresi tidak mengandung masalah autokorelasi.¹² Hasil *output model summary* atau uji autokorelasi dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

¹² Binus University School of Accounting, “Memahami Uji Autokorelasi Dalam Model Regresi.”

Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.832 ^a	.693	.683	1.693	1.740

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Islamic Transactions Features, Halal Lifestyle

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee Barokah

Sumber: Data Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.13, diperoleh angka DW 1.740, angka tersebut dianggap aman karena masih berada diantara angka -2 hingga 2, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

3) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas ditujukan guna mengamati keberadaan korelasi yang tinggi antar variabel bebas pada model regresi liner berganda. Syarat model regresi dapat dikatakan baik ialah ketika hasil outputnya menunjukkan tidak terjadi korelasi antar variabel bebas artinya tidak terjadi multikolinearitas. Maka, dalam menetapkan ada tidaknya korelasi antar variabel bebas, bisa dengan mengamati nilai *tolerance* beserta nilai *Variance Inflation Factor* yang ditampilkan. Jika perolehan nilai *tolerance* > 0,100 serta nilai VIF < 10, dipastikan tidak terjadi korelasi antar varibel bebas sehingga bisa dianggap tidak terdapat multikolinearitas.¹³ Hasil *output* uji koefisien multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Islamic Transactions Features	.460	2.175
Halal Lifestyle	.396	2.525
Perceived Usefulness	.337	2.972

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee Barokah

Sumber: Data Output SPSS, 2024

¹³ Binus University School of Accounting, "Memahami Uji Multikolinearitas Dalam Model Regresi."

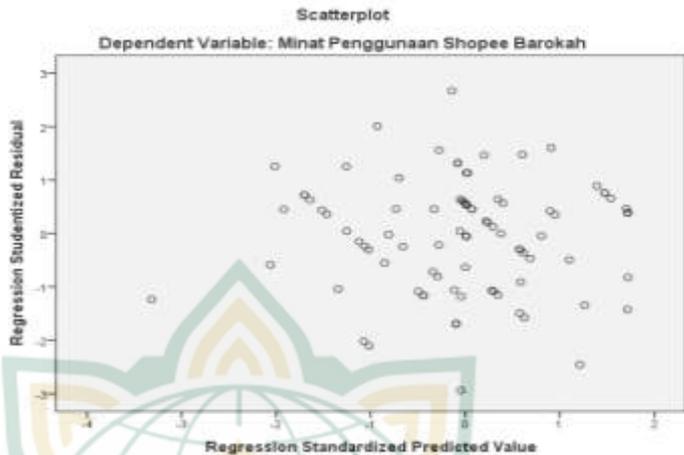
Berdasarkan *output* yang ditampilkan dalam tabel *coefficients* diatas, maka diperoleh nilai *tolerance* tiap variabel bebas diantaranya sebesar 0,460, 0,396, dan 0,337, nilai tersebut menunjukkan angka lebih dari 0,100, artinya tidak terdapat korelasi yang ditunjukkan antar variabel. Sementara nilai VIF tiap variabel bebas diantaranya sebesar 2,175, 2,525, dan 2,972, angka tersebut membuktikan setiap variabel bebas mempunyai nilai VIF < 10. Sehingga bisa diambil suatu kesimpulan bahwasanya model regresi penelitian ini memenuhi syarat model regresi yang baik, sebab tidak terjadi korelasi antar variabel bebas maka dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas ini ditujukan untuk melihat ada tidaknya kesamaan *variance* dari residual antar pengamatan. Maka, guna menyatakan ada tidaknya heteroskedastisitas, perlu mengamati pola sebaran titik-titik dalam grafik *scatterplots*. Syarat model regresi dianggap baik ialah ketika titik-titik dalam *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu seperti menyerupai gelombang, garis, memusat di tengah, melebar kemudian menyempit atau sebaliknya.¹⁴ Hasil *output* uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

¹⁴ Binus University School of Accounting, "Memahami Uji Heteroskedastisitas Dalam Model Regresi."

Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Output SPSS, 2024

Dapat dilihat dari gambar tersebut, yang mana grafik *scatterplot* menunjukkan bentuk sebaran titik-titik yang menyebar dibagian atas dan bawah ataupun disekitar angka 0 (nol) pada sumbu Y (*vertical*), yang mana arah persebaran titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengujian ini memenuhi syarat model regresi yang baik dan dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu analisis data yang berfungsi melihat pengaruh atau hubungan secara linear diantara variabel bebas dan variabel terkait, serta bertujuan untuk memprediksi nilai variabel *dependent* berdasarkan variabel *independent*,¹⁵ yang dapat berpengaruh secara positif maupun negatif pada setiap variabel. Hasil uji koefisien regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut;

¹⁵ Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 147.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.011	1.261		-1.594	.114
Islamic Transactions Features	.154	.067	.196	2.299	.024
Halal Lifestyle	-.010	.076	-.012	-.132	.895
Perceived Usefulness	.568	.082	.690	6.928	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee Barokah

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda
 Sumber: Data Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil *output coefficients* yang disajikan dalam tabel 4.15 diatas, maka selanjutnya bisa dianalisis melalui perumusan persamaan regresi linier berganda, rumus yang dapat dipakai untuk menjelaskan hasil diatas yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -2,011 + 0,154 X_1 - 0,010 X_2 + 0,568 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Minat Penggunaan Shopee Barokah
- a = Constant (Konstanta)
- X₁ = Fitur Transaksi Islami
- X₂ = Gaya Hidup Halal
- X₃ = Persepsi Kegunaan
- b₁ = Koefisien Regresi Fitur Transaksi Islami
- b₂ = Koefisien Regresi Hidup Halal
- b₃ = Koefisien Regresi Persepsi Kegunaan
- e = Error

Interpretasi hasil analisis regresi berganda dan persamaan diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) nilainya *negative*, yakni -2,011 hal ini menunjukkan bahwa apabila fitur transaksi Islami, gaya hidup halal dan persepsi kegunaan sama dengan nol (0), maka minat penggunaan Shopee Barokah mengalami penurunan.
- 2) Nilai koefisien regresi fitur transaksi Islami (X1) ialah sebesar 0,156, yang berarti variabel fitur transaksi Islami berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee

Barokah, maka apabila fitur transaksi Islami meningkat, maka minat penggunaan Shopee Barokah akan mengalami kenaikan sebesar 0,156, dengan anggapan tidak dipengaruhi oleh variabel lain.

- 3) Nilai koefisien regresi gaya hidup halal (X₂) ialah - 0,010, yang berarti variabel ini tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee Barokah, maka pergerakan naik turunnya gaya hidup halal tidak akan mempengaruhi minat penggunaan Shopee Barokah.
- 4) Nilai koefisien regresi persepsi kegunaan (X₃) ialah sebesar 0,568, yang berarti variabel ini berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee Barokah, maka apabila persepsi kegunaan meningkat, maka minat penggunaan Shopee Barokah akan mengalami kenaikan sebesar 0,568, dengan anggapan selagi variabel minat penggunaan Shopee Barokah tidak sedang dipengaruhi oleh variabel lain.

d. Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kesesuaian model regresi linier melalui cara pengukuran kontribusi yang diberikan variabel bebas dalam meramalkan nilai variabel terikat.¹⁶ Besaran nilai koefisien determinasi (R²/R Square) berkisar antara angka 0 sampai dengan 1.¹⁷ Angka tersebutlah nantinya yang mampu menjelaskan seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Saat nilai koefisien determinasi mendekati atau sama dengan 0, berarti menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam memberi informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat sifatnya sangat terbatas. Begitupun sebaliknya, ketika nilai koefisien determinasi angkanya mendekati atau sama dengan 1 dan menjauhi 0, maka kontribusi variabel bebas sangat baik dalam memberi semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat.¹⁸ Hasil *output* koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

¹⁶ Suyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian*, 81.

¹⁷ Suyono, 84.

¹⁸ Binus University School of Accounting, "Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear."

Model Summary^b

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.832 ^a	.693	.683	1.693

a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Islamic Transactions Features, Halal Lifestyle

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee Barokah

Sumber: Data Output SPSS, 2024

Dari hasil output tabel 4.14 tersebut, bisa dilihat bahwa besaran nilai koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 0,693 atau 69%. Yang mana angka tersebut menjelaskan bahwasanya kemampuan variabel itur transaksi Islami, gaya hidup halal dan persepsi kegunaan dalam mempengaruhi minat penggunaan Shopee Barokah ialah sebesar 69%. Sementara 31% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel penelitian ini

e. **Korelasi Parsial (Uji t)**

Uji t atau uji *coefficients* dipakai guna mengetahui ada tidaknya pengaruh yang dihasilkan antar variabel penelitian, yakni hubungan variabel-variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat secara parsial dan signifikan. Guna melihat ada tidaknya pengaruh tersebut, dapat dibuktikan dengan mencari dan membandingkan angka dari t hitung dan t tabelnya,¹⁹ beserta nilai signifikasinya. Syarat hipotesis dinyatakan diterima ialah ketika memenuhi persamaan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan nilai $\text{sig} < 0,05$.²⁰ Hasil output uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 17 Hasil Uji T

¹⁹ Maharani, “Pengaruh E-Commerce, Pemanfaatan IT (Information Technology) Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Online,” 67.

²⁰ Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 172.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.011	1.261		-1.594	.114
Islamic Transactions Features	.154	.067	.196	2.299	.024
Halal Lifestyle	-.010	.076	-.012	-.132	.895
Perceived Usefulness	.568	.082	.690	6.928	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee Barokah

Sumber: Data Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil *output* pada tabel 4.16, didapatkan nilai t hitung tiap-tiap variabel bebas. Sementara guna memperoleh besaran nilai t tabel, bisa mencari di tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan $(df) = n-k-1$,²¹ (n adalah jumlah sampel penelitian sementara k merupakan jumlah variabel bebas yang digunakan). Dari ketentuan tersebut, diperoleh nilai df sebesar 92 ((df) = 96-3-1), sehingga dengan patokan signifikansi 0,025 didapatkan nilai t tabel pada tabel statistik sebesar 1,986. Setelah mengetahui nilai t hitung, t tabel dan nilai sig. dari hasil *output* tabel diatas maka hasil uji hipotesis ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Fitur Transaksi Islami terhadap Minat Penggunaan Shopee Barokah

Pada pengujian *t-test* fitur transaksi Islami hasilnya memperoleh nilai t hitung sebesar 2,299, maka dengan nilai t tabel 1,986, hal tersebut membuktikan uji t yang memenuhi persamaan t hitung lebih besar daripada t tabel ($2,299 > 1,986$) serta nilai signifikansinya diperoleh sebesar 0,024, dimana menunjukkan angka lebih kecil dari 0,05 ($0,024 < 0,05$). Sehingga H1 diterima, artinya variabel fitur transaksi Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah.

2) Pengaruh Gaya Hidup Halal terhadap Minat Penggunaan Shopee Barokah

²¹ Maharani, “Pengaruh E-Commerce, Pemanfaatan IT (Information Technology) Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Online,” 68.

Uji t pada variabel gaya hidup halal menunjukkan hasil nilai t hitung $-0,132$. Maka dengan ketentuan t tabel $1,986$, artinya perolehan nilai t hitung terbilang lebih kecil daripada t tabel ($-0,132 < 1,986$), dan nilai signifikansinya diperoleh sebesar $0,895$ yang berarti lebih besar dari $0,05$ ($0,895 > 0,05$), sehingga variabel gaya hidup halal tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee Barokah, dengan demikian hipotesis kedua ditolak.

3) Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Shopee Barokah

Hasil uji t pada variabel persepsi kegunaan menunjukkan perolehan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabelnya, yang dibuktikan dengan nilai t hitungnya yaitu $6,928 > t$ tabel $1,986$. Sementara nilai signifikansi yang dihasilkan senilai $0,000$ yang berarti lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan H3 diterima dan variabel persepsi kegunaan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah.

f. **Korelasi Simultan (Uji F)**

Pelaksanaan Uji F atau uji anova ditujukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang dihasilkan dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (Bersama-sama). Nantinya uji F ini dianalisis dengan cara membandingkan nilai F hitung dan F tabel. Adapun kriterianya sebagai berikut: a) Jika T hitung $>$ T tabel, maka H_0 ditolak, H_a diterima atau berdasar nilai Sig. $<$ $0,05$ (signifikan). b) Jika T hitung $<$ T tabel, maka H_0 diterima, H_a ditolak atau berdasar nilai Sig. $>$ $0,05$ (tidak signifikan).²²

²² Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, 169.

Tabel 4. 18 Hasil Uji F

ANOVA^a

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	594.084	3	198.028	69.130	.000 ^b
<i>Residual</i>	263.541	92	2.865		
<i>Total</i>	857.625	95			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee Barokah

b. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Islamic Transactions Features, Halal Lifestyle

Sumber: Data Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil *output* SPSS pada uji f diatas, diperoleh nilai f hitung sebesar 69,130. Selanjutnya guna mengetahui nilai dari f tabel, maka dapat memakai rumus: ²³ $N1$ (df untuk pembilang) = $k = 3$; $N2$, (df untuk penyebut) = $n-k-1$, $96-3-1= 92$. Sehingga nilai F tabel dapat dicari pada tabel distribusi f statistik ($N1=3$; $N2=92$) dan hasilnya diperoleh nilai f tabel sebesar 2,70. Dengan demikian hasil uji f simultan pada fitur transaksi Islami, gaya hidup halal dan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah menunjukkan nilai f hitung yang lebih besar dari nilai f tabelnya, yaitu $69,130 > 2,70$. Yang mana dengan perolehan f hitung $> f$ tabel serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$), telah membuktikan bahwasanya fitur transaksi Islami, gaya hidup halal dan persepsi kegunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah. Untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebasnya secara bersama-sama dapat dilihat dari nilai *R Square* pada poin koefisien determinasi sebelumnya.

²³ Maharani, “Pengaruh E-Commerce, Pemanfaatan IT (Information Technology) Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Online,” 69.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Fitur Transaksi Islami terhadap Minat Penggunaan Shopee Barokah

Berdasarkan hasil penelitian, maka pada bagian ini menampilkan bahasan terkait hubungan fitur transaksi Islami yang secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah. Hasil ini dibuktikan dengan pengujian koefisien regresi secara parsial atau uji t yang telah dilakukan dalam memperoleh nilai t hitung 2,299, yang mana nilai tersebut melebihi angka t tabelnya yaitu 1,986, sehingga didapatkan hasil dengan simbol matematika sebagai berikut $2,299 > 1,986$. Selain itu hasil uji t juga menunjukkan perolehan nilai signifikansi 0,024 yang mana hasil tersebut terbilang kurang dari 0,05 ($0,024 < 0,05$). Dengan demikian penelitian ini telah menunjukkan bahwa isi dugaan pada hipotesis pertama (**H1**) **diterima**, dugaannya berbunyi “fitur transaksi Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah”. Sehingga terbukti bahwa fitur transaksi Islami memang menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan Shopee Barokah pada pengguna *e-commerce* Shopee di Indonesia. Dan pengaruh yang diberikan yaitu pengaruh positif, artinya semakin tinggi fitur transaksi Islami yang dihadirkan Shopee Barokah, maka semakin meningkat pula minat *user* untuk menggunakan Shopee Barokah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, adanya aturan hukum Islam dalam memberi regulasi transaksi umat muslim, membuat keberadaan fitur transaksi Islami menarik para pengguna dengan pertimbangan jaminan kesesuaian hukum Islam. Hal tersebut terbukti menumbuhkan minat pengguna *e-commerce* Shopee di Indonesia dalam menggunakan Shopee Barokah sebab mayoritas penduduknya yang beragama Islam. Hadirnya fitur transaksi Islami dalam Shopee Barokah telah menciptakan inovasi *e-commerce* kategori *marketplace* Islami sebagai upaya pengembangan ekonomi digital berbasis syariah yang dibutuhkan bangsa pasar Indonesia.

Temuan dalam penelitian ini, didukung oleh penelitian Wibowo et al., (2015) yang menunjukkan bahwa fitur layanan

berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan seseorang.²⁴ Juga penelitian Saifulloh (2022) yang menyatakan bahwa transaksi halal berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan.²⁵ Namun berbeda dengan temuan Faiza et al., (2022) dalam penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan, bahwasanya masih ditemukan konsumen yang memakai ShopeePay Later sebagai metode pembayaran yang dipilih karena kemudahannya dalam proses pengajuan pinjaman dan bisa membantu pengguna disaat kondisi terdesak, padahal metode pembayaran ShopeePay Later, kartu kredit ataupun cicilan termasuk kedalam transaksi dengan adanya praktik riba didalamnya, sebab besaran pengembalian uang yang tidak sama,²⁶ artinya keberadaan fitur transaksi Islami di Shopee Barokah belum signifikan dalam menumbuhkan minat penggunanya.

2. Pengaruh Gaya Hidup Halal terhadap Minat Penggunaan Shopee Barokah

Dari hasil penelitian diketahui bahwa berdasarkan uji parsial gaya hidup halal ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah secara parsial. Dari pengujian koefisien regresi secara parsial atau uji t hasilnya diperoleh t hitung = $-0,132$, yang mana angka tersebut nilainya lebih kecil atau kurang dari nilai t tabelnya = $1,986$, hasil ini disimbolkan sebagai berikut $-0,132 < 1,986$. Selain itu hasil uji t juga menunjukkan perolehan nilai signifikansi $0,895$ yang mana hasil tersebut terbilang kurang dari $0,05$ ($0,895 > 0,05$). Dengan demikian, penelitian ini telah menunjukkan bahwa dugaan pada hipotesis kedua (**H2**) **ditolak**, yang mana diduga “gaya hidup halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah”, tidak terbukti. Sehingga gaya hidup halal dalam penelitian ini dinyatakan bukan menjadi faktor yang signifikan dalam mempengaruhi tumbuhnya minat penggunaan Shopee Barokah pada pengguna *e-commerce* Shopee

²⁴ Ferry Wibowo, Rosmauli, and Suhud, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta),” 453.

²⁵ Saifulloh, “Pengaruh Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup Dan Transaksi Halal Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology Dengan Menggunakan Persepsi Kemudahan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Santri Mahasiswa Di Kota Salatiga),” 83.

²⁶ Faiza et al., “Fitur Halal Shopee Barokah Sebagai Preferensi Belanja Online Muslim Di Era Digital,” 85.

di Indonesia, dan tinggi rendahnya gaya hidup halal tidak akan berpengaruh terhadap peningkatan ataupun penurunan minat *user* untuk menggunakan Shopee Barokah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang menyatakan bahwa minat individu untuk melakukan tindakan dapat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan, kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioural control*) yang tercermin pada gaya hidup individu.²⁷

Penelitian ini didukung oleh temuan dari penelitian Rizaldi (2020) dalam Kasanah dan Faujiah (2021), yang menyatakan bahwa konsumen muslim Indonesia yang menggunakan *e-commerce* Shopee memang mempunyai kesadaran yang tinggi terkait produk halal (terpancar dari gaya hidupnya). Akan tetapi, hal tersebut, tidak serta merta langsung menjamin tumbuhnya minat konsumen tersebut dalam menggunakan Shopee Barokah.²⁸ Namun bertentangan dengan hasil penelitian Kurniasari et al., (2023) yang menunjukkan bahwa gaya hidup halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi belanja di Shopee Barokah.²⁹

3. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Shopee Barokah

Berdasarkan hasil penelitian, maka pada bagian ini menampilkan bahasan terkait hubungan persepsi kegunaan yang secara parsial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah. Hasil ini dibuktikan dengan pengujian koefisien regresi secara parsial atau uji t yang telah dilakukan dalam memperoleh nilai t hitung 6,928, yang mana nilai tersebut melebihi angka t tabelnya yaitu 1,986, sehingga didapatkan hasil dengan simbol matematika sebagai berikut $6,928 > 1,986$. Selain itu hasil uji t juga menunjukkan perolehan nilai signifikansi 0,000 yang mana hasil tersebut terbilang kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian penelitian ini telah menunjukkan bahwa isi dugaan pada hipotesis ketiga **(H3) diterima**, dugaannya berbunyi “persepsi kegunaan

²⁷ Rosita and Anwar, “Financial Literacy On Saving Behavior Through Lifestyle (Study On Female Entrepreneurs In The Sepanjang Market Sidoarjo Regency),” 3329.

²⁸ Kasanah and Faujiah, “Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce Shopee Barokah,” 455.

²⁹ Dwi Kurniasari, Budimansyah, and Dimas Pratomo, “Shopping Preferences at Shopee Barokah on Products Perspective of Islamic Economy: The Effect of Promotion and Halal Lifestyle Bandar Lampung Community,” *Advances in Business Research International Journal* 9, no. 2 (June 1, 2023): 167.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah”. Sehingga terbukti bahwa persepsi kegunaan memang menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan Shopee Barokah pada pengguna *e-commerce* Shopee di Indonesia. Dan pengaruh yang diberikan yaitu pengaruh positif, artinya semakin tinggi persepsi kegunaan yang dirasakan konsumen, maka semakin meningkat pula minat mereka untuk menggunakan Shopee Barokah. Hal tersebut mencerminkan bahwasanya masyarakat menerima banyaknya manfaat yang dirasakan dari penggunaan Shopee Barokah.

Penelitian ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* TAM yang dikemukakan Davis (1986), sebuah teori yang menggambarkan persepsi penggunaan teknologi, yang mana ketika para pengguna disuguhkan teknologi baru, salah satu faktor paling penting terhadap penerimaan teknologi tersebut dan mempengaruhi keputusan penggunaannya ialah persepsi kegunaan atau persepsi kegunaan. TAM sering digunakan untuk mengidentifikasi minat atau keinginan seseorang dalam menerima teknologi sebagai faktor yang berkontribusi terhadap penerimaan teknologi.³⁰

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Kasanah dan Faujiah (2021) yang menemukan bahwa *perceived usefulness* dapat mempengaruhi *intention to use ecommerce* shopee barokah, hal ini berarti konsumen yang memiliki persepsi tentang kemanfaatan dalam penggunaan Shopee Barokah akan lebih memiliki niat untuk menggunakan fitur tersebut.³¹ Juga penelitian Rofi'ah (2023) yang menyatakan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ziswaf melalui Shopee (Shopee Barokah).³² Namun berbeda dengan penelitian Yolanda (2014) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-commerce*.³³

³⁰ Tahar et al., “Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Security and Intention to Use e-Filing: The Role of Technology Readiness,” 538.

³¹ Kasanah and Faujiah, “Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan E-Commerce Shopee Barokah,” 470.

³² Asmi Rofi'ah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membayar ZISWAF Melalui Shopee Pada Generasi Z Kabupaten Karanganyar” (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), 59.

³³ Arabella Yolanda, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-Commerce),” *Universitas Brawijaya*, 2014, 14, www.internetworldstats.com.

4. Pengaruh Fitur Transaksi Islami, Gaya Hidup Halal dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan Shopee Barokah

Berdasarkan hasil penelitian, maka pada bagian ini menampilkan bahasan terkait hubungan fitur transaksi Islami, gaya hidup halal dan persepsi kegunaan yang secara simultan (bersama-sama) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah. Hasil ini dibuktikan dengan pengujian koefisien regresi secara simultan atau uji f yang telah dilakukan dalam memperoleh nilai f hitung 69,130, dimana nilai tersebut melebihi angka dari f tabelnya yang ditemukan senilai 2,70, sehingga didapatkan hasil dengan simbol matematika sebagai berikut $69,130 > 2,70$. Selain itu hasil uji f juga menunjukkan perolehan nilai signifikansi 0,000 yang mana hasil tersebut terbilang kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwasanya fitur transaksi Islami, gaya hidup halal dan persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Barokah secara bersama-sama (simultan).

Sehingga terbukti bahwa variabel-variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama-sama dapat menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee Barokah pada pengguna *e-commerce* Shopee di Indonesia. Besarnya pengaruh yang dihasilkan dapat dilihat dari nilai *R Square* pada uji koefisien determinasi (R^2), yang mana dalam penelitian ini nilai *R Square* (R^2) diperoleh mencapai 0,693 atau 69%. Angka tersebut menjelaskan bahwasanya kemampuan variabel fitur transaksi Islami, gaya hidup halal dan persepsi kegunaan dalam mempengaruhi minat penggunaan Shopee Barokah ialah sebesar 69%. Sementara 31% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel penelitian ini