

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian Hasil

1. Gambaran Umum Aplikasi Shopee

- Nama Perusahaan : Shopee Indonesia
- Nama Pendiri : Forrest Li
- Nama Pemimpin : Chirs Feng
- Alamat : Pacific Century Place Tower Lt. 26 SCBDL (Sudirman Central Business District) Lot 10, Jl. Jend. Sudirman No. 52-53, RT. 5/RW.3, Senayan, Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190
- No. Telepon : 1500702
021-395003001500702
- Website : www.shopee.co.id

b. Sejarah Berdirinya Aplikasi Shopee

Shopee merupakan sesuatu program yang beranjak dibidang perdagangan eletronik yang terkonsentrasi di Singapore di dasar SEA Group serta tadinya diketahui selaku garena. Shopee dibuat oleh Forrest Li pada tahun 2009. Setelah itu dipandu oleh Chirs Feng. Dengan kegiatan kerasnya Shopee jadi salah satu dari “ 5 startup e- commerce yang sangat disukai” yang diterbitkan oleh Tech In Asia. Keringanan dalam memakai aplikasi Shopee selaku tempat jual beli, alhasil shopee menawarkan bermacam produk mulai dari produk mode hingga keinginan tiap hari.

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi Shopee sebagai tempat jual beli, sehingga shopee menawarkan berbagai produk mulai dari produk fashion sampai kebutuhan sehari-hari.

Kedatangan Shopee dalam wujud suatu aplikasi mobile dengan tujuan memudahkan untuk konsumennya dalam melakukan kegiatan belanja online Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan para konsumen berbelanja dengan hanya lewat handphone. Awal mula Shopee masuk di Indonesia yaitu pada bulan mei 2015 dan mulai beroperasi pada bulan juni 2015.

Shopee sudah hadir di beberapa negara di wilayah Asia Tenggara.¹

c. Peraturan Komunitas Aplikasi Shopee

1. Hal-hal yang didasarkan

a) Berjualan, bukan memasang iklan

Shopee merupakan sebuah platform untuk membantu masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli, tidak hanya sebagai iklan tetapi juga semua produk yang didaftarkan merupakan produk yang dijual.

b) Buat daftar tampilan toko terlihat menarik

Konsumen akan menjadi tertarik jika dalam daftar produk toko dengan menggunakan foto yang bagus dengan kualitas yang tinggi.

c) Jadilah penjual dan pembeli yang sopan

Berbelanja yang menyenangkan dalam berbelanja mobile tentunya harus menjaga lingkungan agar tetap aman untuk menarik para konsumen. Pastikan dalam membuat konten supaya tetap pantas dan sesuai dengan norma misalnya tidak mengandung kata-kata kasar atau vulgar. Shopee juga sudah membuat sebuah komunitas untuk setiap pengguna saling menghormati baik konsumen maupun produsen.

d) Jagalah reputasi toko anda

Menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan setiap pembeli dengan cara membalas pesan mereka secara cepat dan tepat, sehingga pembeli mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi akan lebih cenderung untuk kembali berbelanja di toko.

2. Hal-hal yang dilarang

a) Nama dan rincian tidak relevan

b) Melanggar ketentuan umum produk shopee

c) foto produk mengandung pornografi

d) Mencantumkan kata-kata spam

e) Mengupload produk duplikat

f) Menggunakan halaman produk lama untuk mengunggah produk baru

¹ Sejarah Shopee”, Shopee, diakses pada 5 februari 2022, <https://shopee.co.id/communityRules/>

- g) Memanipulasi harga
- h) Mengarahkan pembeli untuk transaksi diluar shopee
- i) Pemalsuan identitas
- j) Barang palsu
- k) Menggunakan logo shopee tanpa izin.
- l) Menjual jasa
- m) Kebijakan pengambilan barang
- n) Pelanggaran terhadap syarat layanan penipuan²

2. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Profil Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Kemajuan dalam dunia bisnis bukan kekuasaan dari bisnis konvensional saja, alhasil kesempatan ini pastinya dapat digunakan oleh para pihak yang mempunyai concern serta impian hendak kesuksesan Islam selaku agama menghasilkan belas kasihan untuk sarwa alam. Warga muslim di semua dunia sehausnya telah berpartisipasi dengan memakai kemampuannya buat mensupport kemajuan di dunia bisnis syari' ah.

Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus dirancang untuk dapat menghasilkan kualitas SDM yang kompetitif, reatif, inovatis, kritis dan tentunya mampu memecahkan masalah dalam hukum Islam.

Fakultas Konomi dan bisnis islam IAIN Kudus dilengkapi dengan fasilitas yang *up to date* dengan didampingi para pengajar yang handal.

1. Sarana dan prasarana

- Sarana perkuliahan yang dilengkapi dengan ruang ber-AC, LCD dan Laboratorium.
- Spot area
- Perpustakaan yang nyaman
- Menyediakan macam-macam beasiswa dari berbagai pihak (Beasiswa dikitis, BRI Syari'ah, BSM, dan perusahaan besar di Kudus) dan beasiswa IAIN Kudus. serta beasiswa IAIN Kudus.

² “Peraturan Komunitas Shopee”, Shopee, diakses pada 5 february 2022, <https://shopee.co.id/communityRules/>

2. Gelar Akademik

Mahasiswa yang sudah lulus maka akan mendapatkan gelar akademik yaitu Sarjana Ekonomi³
- b. Visi dan Misi fakultas ekonomi bisnis Islam IAIN Kudus
 1. Visi

“Menjadi program studi yang unggul dalam mengembangkan ilmu hukum berbasis islam terapn yang professional pada tingkat nasional.”
 2. Misi
 - Membangun landasan filosofis hukum islam dalam mengembangkan dari ilmu normative menjadi ilmu hukum praktis
 - Mengembangkan padigma pelatihan yang responsif dan produktif agar diperoleh hasil yang manfaat dan berguna.
 - Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang kompetitif, kreatif, inovatif serta kritis.
 - Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang kompetitif dan kreatif inovatis, kritis dan mampu memecahkan permasalahan hukum islam.
 - Meningkatkan penguasaan ilmu hukum berbasis islam terapan.
 - Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat sebagai wahana aplikasi ilmu hukum islam dan teori.
- c. Tujuan fakultas ekonomi bisnis islam IAIN Kudus.
 1. Menghasilkan sarjana yang memiliki kemampuan dalam hukum keluarga atau ahwal syakhshiyah secara professional.
 2. Menghasilkan sarjana yang mampu beracara di lembaga peradilan dan mampu memberikan bantuan hukum secara professional.
 3. Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akadmik dan professional yang dapat memahami, menghayati, dan mngamalkan ilmu pengetahuan hukum dan agama islam.
 4. Menghasilkan penelitian yang berkualitas dalam bidang ilmu hukum.

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”, diakses pada 5 Februari 2022, <https://s.syariah.stainkudus.ac.id/>

5. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan islam serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.⁴

B. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui kondisi tanggapan responden dengan karakteristik yang sudah ditentukan disetiap variabel. Karakteristik responden tersebut didapatkan melalui kuesioner penelitian yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, prodi, semester serta lama dalam melaksanakan aplikasi shopee. Jumlah angket yang disebar dalam riset ini merupakan 120 angket. Angket yang kembali berjumlah 102 angket, namun terdapat 2 asumsi angket yang tidak cocok impian periset, maka periset mengutip 100 angket yang menjawab dengan bagus, yang kemudian akan diolah, dan di uraikan secara rinci tanggapan responden tersebut dalam deskriptif statistik.

C. Gambaran Umum Responden

Bagian ini menerangkan mengenai identitas responden yang kelakanya hendak dicermati, ialah mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang sempat melaksanakan pembelian di aplikasi Shopee, digambarkan dalam wujud deskriptif dalam riset guna memandang profil dari informasi riset itu serta dihubungkan antar variabel yang dipakai dalam riset ini. Selanjutnya hasil pengumpulan informasi yang dipecah jadi 4 tipe ialah:

1. Jenis kelamin responden

Hasil survei yang disebar melalui kuesioner, pada di mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus yang dicakup mengenai jenis kelamin adalah:

⁴ “Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”, diakses pada 5 Februari 2022, <https://s.syariah.stainkudus.ac.id/>

Tabel 4. 1
Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-Laki	40	40,0%
Perempuan	60	60,0%
Jumah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Jumlah dalam kuesioner 100 responden yang memiliki data yang diinginkan peneliti dari mahasiswa FEBI IAIN Kudus yang sudah melakukan pembelian di shopee, kebanyakan didominasi perempuan. Selisih antara laki-laki dan perempuan cukup tinggi yaitu jenis kelamin laki-laki sebanyak 40 orang dengan presentase 40%, dan untuk perempuan memiliki jumlah 60 dengan presentase 60%. Ini dikarenakan perempuan yang lebih suka berbelanja.

2. Program Studi Responden

Data yang ada pada program studi responden adalah:

Tabel 4. 2
Reponden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah	Prosentase
Ekonomi Syari'ah	16	16,0%
Manajemen Bisnis Syari'ah	39	39,0%
Manajemen Zakat Wakaf	16	16,0%
Perbankan Syari'ah	9	9,0%
Akuntansi Syari'ah	20	20,0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Penjelasan diatas menjelaskan, diketahui mayoritas responden di program studi manajemen bisnis syariah yang memiliki 39 responden dan persentasinya 39,0%, sedangkan responden program studi Manajemen Zakat Wakaf dengan jumlah 16 responden atau persentasinya sebanyak 16% kemudian responden untuk studi Ekonomi Syari'ah memiliki 16 responden yang persentasenya 16% responden lalu responden program studi Manajemen Zakat Wakaf sebanyak 16 responden atau persentasinya sebanyak 16,0 % kemudian responden pada program studi Ekonomi Syari'ah sebanyak 16 responden atau persentasinya sebanyak 16,0%, dan

selanjutnya yaitu Perbankan Syari'ah memiliki 9 responden atau persentasinya memiliki 9,0%, untuk yang terakhir yaitu Akuntansi Syari'ah memiliki jumlah 20 responden yang persentasenya 20,0%.

3. Semester Studi Responden

Berikut mengenai data semester yaitu:

Tabel 4. 3
Reponden Berdasarkan Semester

Semester	Jumlah	Prosentase
1	18	18,0%
2	0	0,0%
3	18	18,0%
4	0	0,0%
5	25	25,0%
6	0	0,0%
7	32	32,0%
8	7	7,0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Tabel diatas, menunjukkan mayoritas responden ada pada di semester 7 yang berjumlah 32 responden dengan prosentase 32.0% kemudian disusul oleh semester 1 berjumlah 18 responden dengan prosentase 18.0% responden selanjutnya di semester 3 memiliki jumlah 18 responden atau persentasenya 18.0% dan untuk semester 5 memiliki jumlah 25 responden atau persentasinya 25,0% sedangkan yang terakhir yaitu di semester 8 yang memiliki jumlah 7 responden dengan prosentase 7.0%.

4. Karakteristik berdasarkan lama dalam melakukan pembelian

Jumlah dari lama dalam melakukan pembelian menunjukkan di satu sampai dua tahun tepatnya saat adanya masa pandemic covid saat pemerintah mengadakan peraturan untuk semua aktifitas mealui online, contoh dalam belanja yang membuat membludaknya mahasiswa menjadikan untuk melepas kepenatan jika kegiatan perkuliahan menjadikan kejenuhan syang menjadikan para mahasiswa aktif melakukan belanja. Sehingga ada juga mahasiswa dalam kegiatan belanja sebagai hobi.

D. Tanggapan Responden

Jumlah pendapat responden dalam rata-rata nilai di setiap item variabel untuk melakukan keputusan pembelian ditunjukkan jumlah hasil dari olah data yang diteliti yang sudah dilaksanakan, menyimpulkan responden sudah menggunakan gaya hidup untuk melakukan keputusan di aplikasi shopee. Dilihat dari data perolehan rata-rata sebesar 2.93 hingga 3.48 dari rangkuman jawaban responden mulai dari 1-4. Yang artinya shopee telah menyediakan beragam gaya yang telah melengkapi konsumen. Item ini melibatkan mahasiswa febi IAIN Kudus untuk mengambil keputusan dan jumlah rata-rata yang tinggi yaitu 3.48 dengan pernyataan mencari produk di Shopee dengan merek terkenal sedangkan item pernyataan saat melakukan pembelian di Shopee untuk membandingkan berbagai macam produk mendapatkan nilai 2.93 dan ini termasuk nilai yang terendah. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa FEBI IAIN Kudus menyukai belanja disebabkan sifat yang dimiliki perempuan suka untuk belanja sehingga mereka mengaku belanja sudah dijadikan hobi, atau sebuah keharusan. Selain itu keinginan dalam belanja disebabkan adanya untuk menaikkan citra. Sehingga menimbulkan seseorang membuat persepsi yang baik pada orang lain mengenai dirinya dan tentunya hal ini mempengaruhi gaya hidup seseorang contohnya belanja menjadikan sebuah kewajiban. Kemauan dan kesadaran mahasiswa yang dibentuk dalam kehidupan sehari-hari tanpa ada unsur paksaan yang menjadikan gaya hidup manusia. Dengan adanya gaya hidup mahasiswa fisip sering melakukan belanja karena mereka merasa puas dalam berbelanja dengan gayanya yang terpenuhi. Hubungan yang berkaitan dengan dasar ayat Al-qur'an yang dijelaskan di surat Al-Baqoroh ayat 168 yaitu

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۖ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (QS.Al Baqarah 168)⁵

⁵ Al-Qur'an, *Q.S Al-Baqarah. 168 Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Jakarta Timur: CV.Pustaka Al-Kautsar, 2009): 25.

Penggalan surat itu menerangkan adanya *lifestyle* mempunyai kumpulan kebiasaan, pandangan, dan respon pola terhadap hidup, salah satunya dalam melengkapi hidup. Mulai menggunakan baju, dan gaya dalam kesehariannya. Menjaga tindakan inilah yang mengkaitkan dalam gaya hidupnya. Sehingga peneliti menyimpulkan menurut islam dalam gaya hidup merupakan cara hidup individu dapat dilihat dalam melakukan kehidupan sehari-hari, dan memanfaatkan waktunya sesuai syari'at islam. Tanggapan responden untuk variable *lifestyle* dapat dilihat di tabel 4.4.

Tabel 4. 4
Tanggapan Responden Variabel Lifestyle

No.	Item	Jumlah Jawaban Responden				Mean
		STS	TS	S	SS	
1	Saya berbelanja produk di Shopee yang ditawarkan melalui iklan Shopee	1	5	77	17	3.10
2	Saya tertarik berbelanja produk di Shopee dengan model terbaru	0	6	70	24	3.18
3	Saya mencari produk di Shopee dengan merek terkenal	0	7	78	25	3.48
4	Saat membeli produk di Shopee, merek produk merupakan faktor penting yang saya pertimbangkan	4	11	73	12	2.93
5	Saat membeli produk di Shopee, saya biasanya memilih-milih produk dari berbagai merek yang ada	1	4	77	18	3.12
6	Pada saat melakukan pembelian di Shopee, saya biasanya membandingkan produk dari berbagai macam penjual yang ada	2	7	83	8	2.97

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Menurut keterangan pada tabel 4.5, disimpulkan bahwa dari 100 responden di mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam pada IAIN Kudus jawaban nilai rata-rata ditiap variabel dalam keputusan pembelian menunjukkan bawah mahasiswa sudah menggunakan program diskon yang diadakan di shopee. Dalam hal ini bisa dilihat bahwa rata-rata responden memiliki 2.96 hingga 3.07 alternatif jawaban ini yaitu 1-4, pertanyaan ini melibatkan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus dalam pernyataan saya tertarik berbelanja poduk di Shopee adanya gratis ongkir dan tertarik berbelanja produk shopee jika diskon ditinggal dan bulan yang sama mendapatkan nilai tertinggi 3.07 dan untuk pernyataan shopee adalah produk murah mendapatkan nilai 2,96 nilai ini termasuk paling rendah. Sehingga disimpulkan dalam mengambil keputusan didasari dengan menggunakan diskon, data ini diperkuat semakin mudahnya dalam mengakses internet digunkana untuk belanja. Dengan adanya menghemat waktu dan tenaga menjadikan salah satu faktor yang mendasari untuk mengambi keputusan dalam belanja. Apalgi jika mahasiswa yang mempunyai aktifitas yang padat dan tidak ada waktu untuk berbelanja ke usatnya maka hal ini mempermudah atau sebagai alternative untuk mencari barang yang diinginkan. Disimpulkan bahwa mahasiswa mendapatkan kepuasan untuk berbelanja di shopee karena bukan barang yang di dapatkan tapi ada hal yang lain yaitu bisa mendapatkan produk yang murah. Hal ini dijelaskan dalam surat A-Nisa' ayat 29:.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisa’: 29).⁶

Isi kandungan yang ada diatas menerangkan bahwa islam mengajarkan untuk segala perbuatan yang berhubungan dengan

⁶ Al-Qur’an, *Q.S An-Nisa’. 29 Al-Qur’an Dan Terjemahnya* (Jakarta Timur: CV.Pustaka Al-Kautsar, 2009), 83.

manusia yang lain harus dilandasi dengan syariat yaitu dengan cara akad dan tidak ada yang merugi intinya sah sama sah. Transaksi ekonomi untuk memenuhi kebutuhan harus sesuai agama sehingga hasil tanggapan di item program diskon sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Tanggapan Responden Variabel Program Diskon

No.	Item	Jumlah Jawaban Responden				Mean
		STS	TS	S	SS	
1	Saya tertarik berbelanja produk di Shopee karena ada gratis ongkir	0	7	79	14	3.07
2	Saya tertarik berbelanja produk di Shopee karena lebih murah	4	10	72	14	2.96
3	Saya tertarik berbelanja di Shopee karena ada free pembelian	0	6	77	17	3.05
4	Saya tertarik berbelanja di Shopee jika ada diskon ditanggal dan bulan yang sama	1	4	82	13	3.07

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Distribusi jawaban diatas, disimpulkan bahwa dari 100 responden di mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam pada IAIN Kudus jawaban nilai rata-rata ditiap variabel dalam keputusan pembelian menunjukkan bahwa mahasiswa sudah menanggapi kualitas produk yang diadakan di shopee. Dalam hal ini bisa dilihat bahwa rata-rata responden memiliki 2.96 hingga 3.28 alternatif jawaban ini yaitu 1-4, pertanyaan ini melibatkan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus dalam pernyataan tertariknya dalam berbelanja di aplikasi shopee karena mempunyai variasi barang yang disediakan beragam, mendapatkan nilai tertinggi 3.28 dan untuk pernyataan produk yang dikirim sesuai dengan kualifikasi mendapatkan nilai 2.96, nilai ini termasuk paling rendah. Sehingga disimpulkan dalam pengambilan keputusan didasari dengan kualitas produk, data ini diperkuat semakin mudahnya dalam mengakses internet digunakan untuk belanja. Dengan adanya menghemat waktu dan

tenaga menjadikan salah satu faktor yang mendasari untuk mengambil keputusan dalam belanja. Disimpulkan bahwa mahasiswa mendapatkan kepuasan dalam berbelanja dengan kualitas yang tinggi, karena kualitas produk merupakan salah satu acuan untuk memenangkan persaingan di era dunia bisnis yang nantinya mampu bersaing dengan produk yang lain.

Yang telah dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah. 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ ۗ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu”(Q.S Al-Baqarah. 168).⁷

Penggalan surat diatas menerangkan bahwa dalam menciptakan barang tentunya memperhatikan dalam memproduksi barang kualitas menjadi perhatian utama. sehingga suatu saat produk tersebut bisa dimanfaatkan dengan baik. Sehingga hasil tanggapan di item kualitas produk sebagai berikut:

⁷ Al-Qur'an, *Q.S Al-Baqarah. 168 Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Jakarta Timur: CV.Pustaka Al-Kautsar, 2009), 25.

Tabel 4. 6
Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk

No.	Item	Jumlah Jawaban Responden				Mean
		STS	TS	S	SS	
1	Saya tertarik berbelanja di Shopee karena variasi barang yang disediakan beragam.	0	7	67	26	3.28
2	Saya tertarik berbelanja di Shopee karena kualitas barang yang ditawarkan sesuai dengan yang saya inginkan	0	10	66	24	3.14
3	Saya melakukan pembelian pada aplikasi Shopee karena barang yang diterima sesuai dengan spesifikasi	2	7	84	7	2.96
4	Saya tertarik berbelanja di Shopee karena memiliki produk yang baik	0	6	70	24	3.18
5	Saya melakukan pembelian pada aplikasi Shopee karena tampilan desain aplikasi yang mudah dan bagus	0	7	79	14	3.07
6	Saya tertarik berbelanja di Shopee karena yang diterima sesuai dengan yang ditawarkan penjual	4	10	72	14	2.96

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Jumlah pendapat responden dalam rata-rata nilai di setiap item variabel untuk melakukan keputusan pembelian ditunjukkan jumlah hasil dari olah data yang diteliti yang sudah dilaksanakan, menyimpulkan responden sudah melakukan keputusan pembelian di aplikasi shopee, dilihat dari data perolehan rata-rata sebesar 2.96 sampai dengan 3.18 dari rangkuman jawaban responden mulai 1-4. Yang artinya shopee telah menyediakan beranekaragam produk. Item ini melibatkan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus untuk mengambil keputusan dan jumlah rata-rata yang tinggi yaitu 3.18 dengan pernyataan akibat adanya program diskon yang menarik sehingga para konsumen memutuskan untuk melakukan

pembelian di aplikasi shopee, sedangkan item pernyataan melakukan pembelian di aplikasi shopee dikarenakan mempunyai kelebihan dibandingkan dengan toko online yang lain mendapatkan nilai terendah yaitu 2.96. sehingga disimpulkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasan saat belanja tidak hanya barang yang diinginkan tetapi ada beberapa faktor sebagai berikut:

1. Harga

Produk yang menjadikan faktor penting dalam pengambilan keputusan saat belanja adalah harga, sehingga sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk harga murah menjadi daya tarik apalagi dengan kualitas yang tinggi dengan harga yang nyaman dikantong tentunya akan di buru oleh pelanggan salah satunya adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam. Contoh kualitas produk yang baik dengan harga yang murah menjadikan ketertarikan konsumen untuk membeli.

Produk yang ditawarkan di aplikasi shopee relative murah dibandingkan dengan ditoko fisik secara langsung yang relative tinggi. sehingga menjadikan pengaruh dalam keputusan pembelian saat melakukan pembelanjaan di aplikasi shopee. Hasil yang didapat saat melakukan survai mengatakan dengan filter harga yang mulai termurah samapi termahal membuat mahasiswa lebih leluasa memilih dan menentukan harga yang diinginkan. Sehingga dijelaskan didalam surat Al-furqaan ayat 67 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan hartanya, mereka tidak berlebih-lebihan, tidak pula kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang sedemikian.”

Penggalan ayat diatas menjelaskan pentingnya dalam transaksi jual beli yang ditawarkan sesuai dengan mekanisme pasar dalam aturan untuk menentukan harga.

2. Program diskon

Shopee merupakan aplikasi yang mempunyai nilai tinggi dalam melakukan program diskon yang menarik, mulai dari promo yang terkecil dan tertinggi yang sudah di sediakan.

Shopee telah menyediakan program diskon diantaranya meliputi diskon dan cashback, voucher belanja banyak, point yang dapat ditukarkan, dan masih banyak lagi. Diadakan fitur yang menarik di aplikasi shopee supaya membuat calon pembeli untuk mendapatkan keuntungan seperti voucher saat mengajak member baru yang nantinya akan mendapatkan bonus di aplikasi shopee. Gratis ongkir adalah salah satu terpenting yang di fasilitas kepada shopee untuk pihak konsumen saat melakukan pembelian mempunyai syarat tertentu dengan jumlah minimum. Berdasarkan ajaran Islam yang Sebagai dijelaskan dalam surat An-Nisa' ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisa’: 29).⁸

3. Sesuai kebutuhan

Segala sesuatu yang diperlukan oleh manusia dalam kesejahteraan hidup. Semua yang dianggap penting yang digunakan manusia dalam kehidupan untuk memenuhi kebutuhan, salah satunya dalam pengambilan keputusan produk yang ditawarkan beraneka macam, produk yang dijual lengkap dan berkualitas selain produk yang lengkap, saat melakukan pembelian juga cukup mudah dan produk yang ditawarkan juga berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Sehingga mempermudah bagi para pembeli untuk melakukan pencarian barang yang akan dibutuhkan.

4. Kelebihan shopee dari toko online yang lain

Shopee menjadikan ragam produk dalam keunggulan supaya lebih menarik dan tawaran harga yang kompotitif, sehingga platformnya dengan fitur-fitur yang

⁸ Al-Qur’an, *Q.S An-Nisa’. 29 Al-Qur’an Dan Terjemahnya* (Jakarta Timur: CV.Pustaka Al-Kautsar, 2009), 83.

menarik untuk melengkapi fasilitas di shopee. Berdasarkan ajaran Islam yang Sebagai dijelaskan Q.S. al-Nahl [16]: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِهِمْ بِالنِّبَاتِ هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.⁹

Hubungan mengenai bisnis, nabi Muhammad SAW memberi peringatan bahwa Allah Swt memberikan rahmat dan toleran dalam melakukan usaha dan shopee menyiapkan fasilitas sesuai yang diharapkan pembeli. Sehingga hasil tanggapan responden dari variabel keputusan pembelian online melalui aplikasi shopee seperti pada tabel 4.7 sebagai berikut.

Tabel 4. 7
Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian Online

No.	Item	Jumlah Jawaban Responden				Mean
		STS	TS	S	SS	
1	Saya melakukan pembelian melalui aplikasi Shopee karena harga yang terjangkau dan kualitas yang sesuai	1	4	78	17	3.11
2	Saya melakukan pembelian melalui aplikasi shopee karena banyak program diskon yang menarik	0	6	70	24	3.18
3	Saya memutuskan melakukan pembelian melalui aplikasi shopee karena sesuai dengan kebutuhan saya	0	7	79	14	3.07

⁹ Al-Qur'an, *Q.S An-Nahl. 125 Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Jakarta Timur: CV.Pustaka Al-Kautsar, 2009), 281.

4	Saya memutuskan melakukan pembelian melalui aplikasi Shopee karena mempunyai kelebihan dari pada toko online yang lain	4	10	72	14	2.96
---	--	---	----	----	----	------

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

E. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrument penelitian menggunakan uji validitas, reabilitas dan uji hipotesis menggunakan bantuan SPSS for Windows 22.0. Hasil pengujian data diuraikan sebagaimana berikut:

1. Uji Validitas

Mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner dalam kuesioner disebut uji validitas, digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner apakah valid atau tidak dengan membandingkan nilai r_{tabel} dan r_{hitung} . Dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Nilai r_{hitung} didapat dari hasil *output* SPSS pada kolom *Corrected Item Total Correlation*. Sedangkan r_{tabel} didapat dengan rumus df (*degree of freedom*) = $n - 2$ (n = jumlah sampel).¹⁰ Berdasarkan rumus yang telah dipaparkan mendapatkan nilai $df = 100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikan 0,05 maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654. Adapun hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Lifestyle	X1.1	0.835	0.1654	Valid
	X1.2	0.712	0.1654	Valid
	X1.3	0.584	0.1654	Valid
	X1.4	0.790	0.1654	Valid
	X1.5	0.835	0.1654	Valid
	X1.6	0.621	0.1654	Valid
Program diskon	X2.1	0.818	0.1654	Valid
	X2.2	0.798	0.1654	Valid
	X2.3	0.838	0.1654	Valid
	X2.4	0.572	0.1654	Valid
	X3.1	0.641	0.1654	Valid

¹⁰ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25" (Semarang: Undip, 2018), 15.

Kualitas produk	X3.2	0.610	0.1654	Valid
	X3.3	0.638	0.1654	Valid
	X3.4	0.722	0.1654	Valid
	X3.5	0.621	0.1654	Valid
	X3.6	0.742	0.1654	Valid
Keputusan Pembelian online melalui aplikasi Shopee	Y1.1	0.751	0.1654	Valid
	Y1.2	0.731	0.1654	Valid
	Y1.3	0.676	0.1654	Valid
	Y1.4	0.797	0.1654	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, dalam hasil pengujian validitas disetiap item uji validitas menunjukkan bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ (0,1654), sehingga peneliti menyimpulkan bahwa semua item dalam pernyataan pada X1,X2,X3 terhadap Y dalam penelitian ini merupakan valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji ini sebagai alat ukur kuesioner pada indikator yang memiliki keandalan bisa diujikan menggunakan SPSS melalui uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu item dalam kuesioner dikatakan reliabel seandainya nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.¹¹ dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0.60 dalam melakukan uji reliabilitas instrument, peneliti menggunakan analisis statistic SPSS 22.0.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Lifestyle	0,825	Reliabel
2	Program diskon	0,745	Reliabel
3	Kualitas produk	0,743	Reliabel
4	Keputusan Pembelian online melalui aplikasi shopee	0,741	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

¹¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25,45*.

Berdasarkan tabel, diketahui bahwa semua item dalam uji reliabilitas menghasilkan *Cronbach Alpha* > 0,60, sehingga peneliti dapat menyimpulkan bahwa item pernyataan pada X_1 , X_2 , X_3 , dan Y dalam penelitian ini adalah reliabel.

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Percobaan multikolinieritas berarti untuk mencoba apakah wujud regresi ditemukan terdapatnya ikatan damping bebas (*independen*). Multikolinieritas bisa diamati dari angka *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10¹². Adapun hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lifestyle	0.176	5.683	Tidak Multikolinieritas
Program diskon	0.304	3.285	Tidak Mutikolinieritas
Kualitas produk	0.168	5.951	Tidak Multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Hasil informasi yang diperoleh, dalam hasil percobaan multikolinieritas menciptakan angka tolerance buat elastis lifestyle sebesar 0,176, elastis program korting sebesar 0,304, serta elastis mutu produk sebesar 0,168 yang berarti ketiga elastis leluasa mempunyai angka tolerance yang lebih besar dari 0,1. Hasil uji ini juga diketahui nilai VIF untuk variabel lifestyle sebanyak 5.683, variabel program diskon sebanyak 3285, dan variabel kualitas produk sebanyak 5,951 yang berarti ketiga variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10, sehingga peneliti menyimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi atau tidak dengan

¹² Marsukin, "Metodologi Penelitian Kuantitatif" (kudus: STAIN Kudus, 2009), 180.

menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test), yang mana dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika $dU < dw < 4-dU$.¹³ Dalam penelitian ini penulis menggunakan autokorelasi dalam uji *Durbin-Watson* (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah (dL) dan batas atas (dU). Tabel distribusi batas bawah (dL) dan batas atas (dU) dapat dicari dengan melihat nilai n serta k yang mana $n = 100$ dan $k = 4$ maka didapatkan nilai $dL=1.592$ dan nilai $dU=1.758$. Secara lebih rinci hasil Durbin Watson hitung dijelaskan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4. 11
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.961 ^a	0.924	0.921	0.460	1.995

Sumber : Data primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai Durbin-Watson yang dihasilkan sebesar 1.995. dari tabel statistik Durbin Watson dengan jumlah sampel (n) sebanyak 100 dan jumlah variabel bebas (k) sebanyak 3 maka didapatkan nilai (DW) $1.995 > (dU)1.758$ dan juga tidak terdapat autokorelasi negatif dimana nilai $4-DW = 2.005 > (dU)1.758$, sehingga disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.

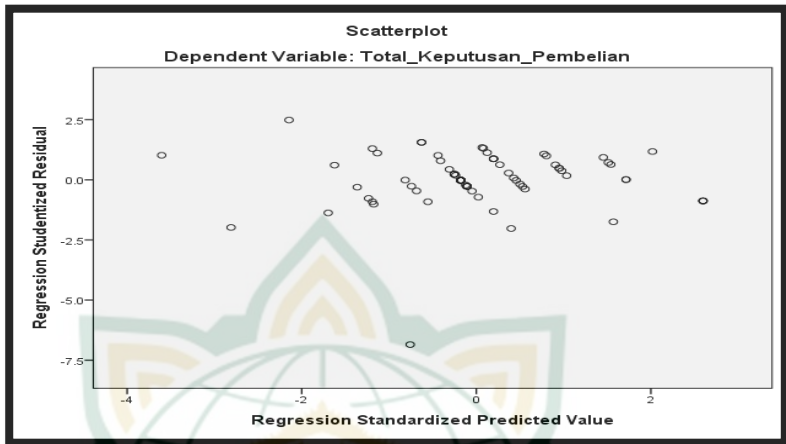
3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dengan mengamati grafik *scatterplot* yang menyebar.¹⁴ Untuk hasil uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut:

¹³ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 111.

¹⁴ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 137.

Gambar 4. 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

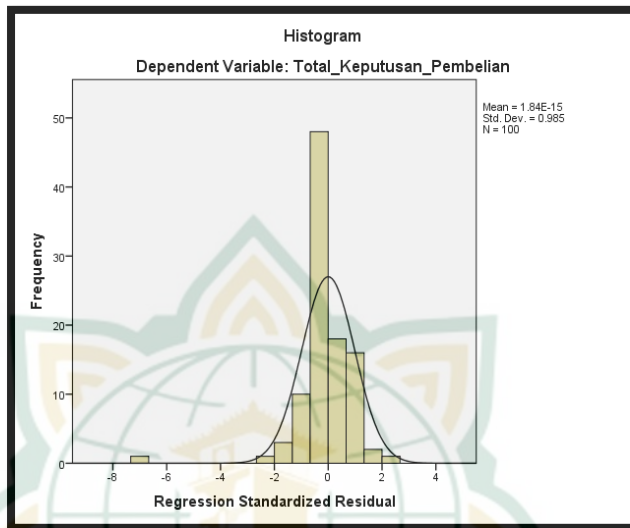
Berdasarkan grafik *scatterplots* di atas, dilihat bahwa titik-titik tersebar secara acak dan tersebar dengan baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y (keputusan pembelian). Hal tersebut menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini, sehingga model regresi ini layak untuk di pakai.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi nilai residualnya berdistribusi normal atau tidak.¹⁵ Adapun hasil uji normalitas adalah sebagai berikut.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 19,160.

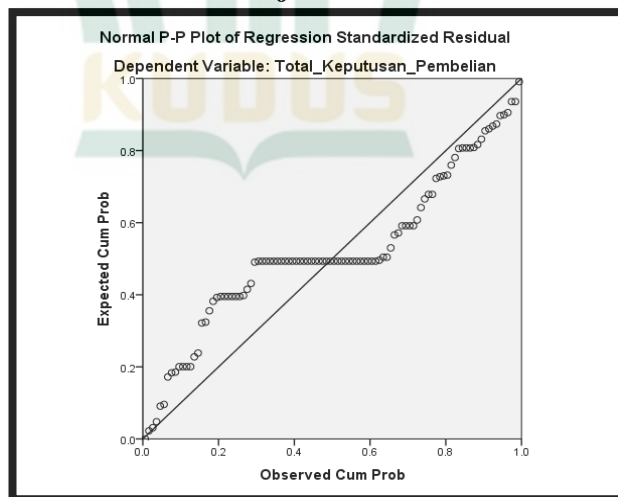
Gambar 4. 2
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan grafik histogram diatas, terlihat pola distribusi pada kurva histogram yang membentuk lonceng sempurna, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terdistribusi dengan normal.

Gambar 4. 3
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan grafik Normal P-P Plot of regerssion standardized residual di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

G. Uji Hipotesis

1. Analisis Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda dipakai buat mengenali seberapa besar akibat antara elastis leluasa kepada elastis terikat. Ada pula hasil percobaan analisa linier berganda merupakan selaku selanjutnya:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Hipotesis

Keterangan	Nilai Koefisien	Sig.
<i>Konstanta</i>	1.127	0.007
<i>Lifestyle</i>	0.479	0.000
<i>Program diskon</i>	0.205	0.000
<i>Kualitas Produk</i>	0.114	0.034

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Dari hasil data diatas, maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 1.127 + 0.479X_1 + 0.205X_2 + 0.114X_3 + 0,1$$

Keterangan:

a : Konstanta

X1 : *Lifestyle*

X2 : *Program diskon*

X3 : *Kualitas Produk*

Y : Keputusan Pembelian online melalui aplikasi shopee

e : Kesalahan

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi Variabel Bebas

Berdasarkan persaman tersebut, dapat dianalisis beberapa hal, antara lain:

- Konstanta sebesar 1.127 dapat diartikan bahwa *Lifestyle* (X1), *program diskon* (X2), dan *kualitas produk* (X3) memiliki nilai nol, sehingga nilai variabel keputusan pembelian (Y) ikut meningkat sebesar 1.127.

- b) Nilai koefesien regresi *lifestyle* (X1) bertanda positif yang berarti terjadi hubungan ntara yaitu sebesar Nilai koefesien regresi *Lifestyle* sebanyak 0.479. Hal ini berarti setiap kenaikan *lifestyle* sebesar 1 satuanm, maka keputusan pembelian yang ditonjolkan, maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.
- c) Nilai koefesien regresi *program diskon* bertanda positif yang berarti terjadi hubungan ntara program diskon dan keputusan pembelian, sebanyak 0.205. hal ini, berarti setiap program diskon subjektif 1 satuanm maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,205. Semakin tinggi program diskon yang muncul, maka semakin meningkat kputusan pembelian.
- d) Nilai koefesien regresi kualitas produk bertanda positif yang berarti terjadi hubungan ntara kualitas produk dan keputusan pembelian, sebanyak 0,114. hal ini, berarti setiap program diskon subjektif 1 satuanm maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,114. Semakin tinggi kualitas produk yang muncul, maka semakin meningkat keputusan pembelian.

2. Uji Silmutan (Uji F)

Uji signifikan simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua vaiabel independen terpengaruh terhadap variable dependen.¹⁶ Dengan cara membandingkan F_{tabel} dengan F_{hitung} . Dikatakan berpengaruh positif dan signifikan jika seandainya nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Tabel distribusi F dapat dicari dengan cara $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k$, yang mana $df_1 = 4-1 = 3$ dan $df_2 = 100 - 4 = 96$ jadi nilai F_{tabel} untuk penelitian ini adalah 2.14. Secara lebih rinci hasil F_{hitung} dijelaskan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Silmutan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	246.282	3	82.094	388.073	0.000^b
Residual	20.308	96	0.212		
Total	266.590	99			

Sumber : Data primer yang diolah, 2022.

¹⁶ Algifari, “Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi:Edisi 2”, (Yogyakarta:BPFE, 2000):72.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui hasil uji F mendapatkan nilai F_{hitung} sebanyak 388.073 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{tabel} yaitu 2.14, sehingga diputuskan hipotesis diterima yang berarti *lifestyle*, program diskon dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Koefisien Derteminan (R^2)

Koefisien derteminan (R^2) digunakan dalam menguji keeratan hubungan antara variabel independen dan ndependen. Nilai antara nol sampai dengan satu biasa disebut nilai koefisien determinasi.¹⁷ Jika koefisien derteminan (R^2) dalam mendekati salah satu angka satu maka dapat keeratan hubungan antar variabel semakin baik. Adapun hasil uji koefisien determinansi adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Hasil Analisis Koefisien Derteminan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.961 ^a	0.924	0.921	0.460

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, diketahui output uji koefisien determinansi menghasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0.921 atau 92.1%. hal ini berarti bahwa presentase pengaruh *lifestyle*, program diskon dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan sisanya (100%-92.1% = 7.9%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

4. Uji t (parsial)

Percobaan t lazim dipakai buat mengenali dalam bentuk regresi elastis leluasa dengan cara persial mempengaruhi dengan cara penting kepada elastis terikat dengan metode menyamakan t tabel dengan t hitung. Dibilang mempengaruhi dengan cara penting bila angka t hitung t tabel. Bagan penyaluran dicari bagian independensi (df) = n- k- 1, dimana (n) berarti jumlah ilustrasi serta (k) berarti jumlah Alhasil elastis leluasa. Alhasil t tabel didapat

¹⁷ Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, Dan Solusi*, 68.

(df) = $100 - 3 = 97$ dengan penting 10% merupakan 1.66071. Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 15
Hasil Uji Persial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
<i>Lifestyle</i>	9.854	1.66071	0.000	Berpengaruh dan Signifikan
<i>Program diskon</i>	3.752	1.66071	0.000	Berpengaruh dan Signifikan
<i>Kualitas Produk</i>	2.155	1.66071	0.034	Berpengaruh dan Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan pada tabel pada uji t, dapat dianalisis beberapa hal antara lain:

a) Pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian online di aplikasi shopee

Berdasarkan pada percobaan t di atas, dikenal angka t_{hitung} elastis *lifestyle* sebesar 9.854 lebih besar dari pada t_{tabel} ialah 1.66071 dengan signifikansi 0,000 < t ; 0,05 alhasil bisa disimpulkan kalau variable *lifestyle* mempengaruhi penting kepada ketetapan pembelian online di aplikasi shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi serta bidang usaha islam IAIN Kudus. **H_1 Diterima.**

b) Pengaruh program diskon terhadap keputusan pembelian online di aplikasi shopee

Berdasarkan uji t di atas, diketahui nilai t_{hitung} variabel program diskon sebesar 3.752 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 1.66071 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel program diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online di aplikasi shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus. **H_2 Diterima.**

c) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian online di aplikasi shopee

Berdasarkan pada percobaan t di atas, dikenal angka t_{hitung} elastis program korting sebesar 2.155 lebih besar dari pada t_{tabel} ialah 1.66071 dengan signifikansi 0,000 < t ; 0,05 hingga bisa disimpulkan jika elastis ku

alitas produk mempengaruhi berarti pada ketetapan pembelian online di aplikasi shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi serta bidang usaha islam IAIN Kudus.

H₃ Diterima.

H. Pembahasan Hasil Analisis

Berdasarkan pengolahan data penelitian beserta analisis tentang keputusan pembelian online di shopee ditinjau dari theory of planned behavior (TPB) pada fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus didapatkan bahwa ketiga variabel independen yaitu lifestyle, program korting serta mutu produk kepada ketetapan pembelian. Adapun pembahasan dari hasil analisis data, sebagai berikut:

1. Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Online di Aplikasi Shopee.

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap hipotesis pertama variabel lifestyle menunjukkan pengaruh kepada ketetapan pembelian di aplikasi shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi serta bidang usaha Islam di IAIN Bersih merupakan sebesar 9. 854. perihal ini berarti tiap peningkatkan lifestyle satu dasar hendak diiringi dengan kenaikan ketetapan pembelian. Tidak hanya itu pula dibuktikan dengan hasil percobaan anggapan dalam diterima, membuktikan kalau program korting tercantum selaku sebutan berarti kepada ketetapan pembelian. Perihal ini disebabkan pelanggan kerap dipengaruhi oleh masukan sahabat, keluarga serta aspek sosial lainnya kala hendak menyudahi dikala membeli sesuatu produk. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil uji hipotesis dalam statistic parsial yang memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $9.854 < t_{tabel}$ 1.66071 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis pertama yang memprediksi bahwa *lifestyle* berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian di shopee **diterima**.

Melihat hipotesis pertama diterima gaya hidup menggambarkan sifat seseorang dalam melakukan kehidupan sehari-hari, dalam menggunakan waktunya dan menghabiskan hartanya. Dibandingkan dengan kepribadian lebih mengacu pada sifat internal seseorang.¹⁸ Gaya hidup

¹⁸ Tatik Suryani, *Prilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008):73.

seseorang dapat memberikan kepercayaan dan responden yang positif bagi konsumen bahwa produk tersebut membuat percaya diri.

Sikap positif responden dalam gaya hidup membeli di aplikasi shopee ini bisa dikatakan kuat dibandingkan dengan variabel yang lain. aktivitas, minat dan opininya dalam kehidupan sehari-hari dan dalam melakukan interaksi dengan yang lain menggambarkan gaya hidup manusia tersebut. Sesuatu dibalik kelas seseorang menggambarkan gaya hidup, sehingga bisa dikatakan *lifestyle* merupakan suatu elemen dalam mempengaruhi dalam mengambil keputusan contohnya keputusan dalam melakukan pembelian. Berdasarkan uji yang dilakukan peneliti dan dalam pengambilan informasi menggunakan kuesioner bahwa *Lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melaporkan kalau ada pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian. Analisis ini diperkuat dalam perolehan data sebanyak 2.93 sampai dengan 3.48 dari alternatif jawaban yang tersedia yaitu 1 (satu) sampai dengan 4 (empat), yang artinya Shopee menyediakan beragam gaya yang memenuhi konsumen. Item pertanyaan saya melibatkan mahasiswa IAIN Kudus fakultas ekonomi dan bisnis Islam dalam mengambil keputusan mendapatkan jawaban rata-rata paling tinggi yaitu 3.48 dengan pertanyaan mencari produk di Shopee dengan merek terkenal sedangkan item pertanyaan saat melakukan pembelian di Shopee saya biasanya membandingkan produk dari berbagai macam penjual yang ada mendapatkan nilai 2.93 merupakan nilai rata-rata paling rendah.

Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya tentang keputusan pembelian online yang didasarkan atas *Theory of Planned Behavior* Penelitian yang dilakukan oleh Debora Dian Maydiana Anggreani dan Sentot Suciarto tahun 2020 yang meneliti tentang “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada Toko Belanja *Online* Shopee)”.¹⁹ Mengemukakan bahwa suatu perusahaan dapat membangun keputusan pembelian konsumen melalui meningkatkan keyakinan konsumen akan informasi produk yang baik serta

¹⁹ Debora Dian Maydiana Anggreani and Sentot Suciarto A, “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi) Pada Toko Belanja Online Shopee,” *Jemap* 3, no. 1 (2020), 36–51.

mempertimbangkan strategi sesuai dengan kemudahan dijangkaunya konsumen. Metode penelitian yang digunakan secara kuantitatif dengan hasil penelitiannya bahwa gaya hidup termasuk faktor yang paling berpengaruh positif secara signifikan terhadap pembelian impulsif dalam berbelanja di shopee. Hal ini karena faktor-faktor pendukung kemudahan konsumen dalam berbelanja ini dinilai berdasarkan usaha dari konsumen itu sendiri seperti estimasi biaya, waktu dan lain sebagainya untuk mempertimbangkan dalam mengambil keputusan pembelian.

2. Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap hipotesis kedua variabel program diskon menunjukkan pengaruh terhadap keputusan pembelian di aplikasi shopee pada fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus diketahui nilai t_{hitung} variabel program diskon sebesar 3.752 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 1.66071 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel program diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online di aplikasi shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus **diterima**. Melihat hipotesis kedua diterima, menunjukkan bahwa program diskon termasuk sebagai predikat penting terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan konsumen sering dipengaruhi oleh masukan teman, keluarga dan faktor social lainnya ketika akan memutuskan saat membeli suatu produk. Program diskon adalah strategi yang digunakan oleh pelaku usaha dengan maksud menjaga perekonomian agar tetap terjaga. Perputaran uang yang dinamis supaya dapat membiayai oprasional dan tenaga kerja. perusahaan dapat membiayai biaya operasional dan biaya tenaga kerja. Semakin seseorang menganggap bahwa orang-orang dan lingkungannya memberikan pengaruh yang kuat untuk melakukan sesuatu maka akan timbul tekanan untuk melakukan pembelian.

Kecenderungan responden untuk melakukan transaksi jual beli dalam memilih produk yang ada di shopee hal ini bisa dilihat pada mahasiswa IAIN Kudus karena memang salah satu dalam program diskon yang membuat tertarik yaitu harga untuk memutuskan dalam melakukan pembelian. responden sudah menggunakan program diskon dalam melakukan keputusan pembelian melalui aplikasi Shopee. Hal ini

diperkuat dalam data sebanyak 2.96 sampai dengan 3.07 dari pilihan 1 sampai 4, yang menjelaskan shopee menyediakan banyak diskon yang dapat memengaruhi pembeli. Dalam penelitian ini melibatkan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus dalam pertanyaan ketertarikan belanja karena adanya gratis ongkir di tanggal dan bulan yang sam mendapatkan poin paling tinggi yaitu 3.07 dan pertanyaan yang mendapatkan pin paling rendah adalah 2,96 dengan item pertanyaan shopee merupakan produk yang murah. Sehingga peneliti mengambil kesimpulan yang menjadikan pokok mahasiswa untuk belanja di shopee yaitu dengan adanya semakin mudahnya untuk mengakses internet sebagai sarana media berbelanja.

Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya tentang Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aditya Putra Pratama dan Moehammad Gafar Yoedjadi tahun 2021 yang meneliti tentang “Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee”. Pendekatan *Theory of Planned Behavior* yang mengemukakan bahwa diskon menjadi salah satu faktor dalam *Theory of Planned Behavior* yang dapat memengaruhi intensi seseorang terhadap minat beli. Metode penelitiannya secara kuantitatif dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Theory of Planned Behavior* dapat digunakan dalam menjelaskan intensi konsumen yang salah satunya melalui diskon berpengaruh secara positif dan signifikan Dengan 50% terhadap minat beli. Juga diperkuat dengan hasil hipotesis dengan hasil Sig = 0,000 kurang dari 0,05 yang membuat H_1 diterima. Setelah dilakukannya uji korelasi didapat R sebesar 0,518 yang berada di antara interval 0,40– 0,599 yang artinya terdapat pengaruh antara diskon Shopee terhadap minat beli pengguna aplikasinya dan memiliki tingkat pengaruh atau hubungan²⁰

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap hipotesis ketiga variabel kualitas produk menunjukkan pengaruh

²⁰ Aditya Putra Pratama dan Moehammad Gafar Yoedjadi, “Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee,” *Prologia* 5, no. 11 (2021): 204.

terhadap keputusan pembelian di aplikasi shopee pada fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus diketahui nilai t_{hitung} variabel program diskon sebesar 2.155 lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 1.66071 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online di aplikasi shopee pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Kudus **diterima**

Usaha yang dilakukan para produsen dalam meningkatkan kualitas produk merupakan salah satu hal terpenting dalam sebuah usaha dikarekanakan kualitas produk sangat menentukan apakah nantinya konsumen akan membeli produk tersebut atau tidak . hal ini yang dirasakan pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam di IAIN Kudus. Penelitian ini diperkuat dengan data yang sudah didapatkan peneliti sehingga mengambil kesimpulan bahwa kemajuan aplikasi shopee bergantung pada kualitas yang didapatkan konsumen. Diperkuat dalam pengolahan data sebanyak 3.28 sampai dengan 2.96 dari jawaban yang disediakan item 1 sampai 4. Untuk jawaban yang mendapatkan nilai 3.28 mendapatkan nilai tertinggi dengan pernyataan ketertarikan dalam melakukan belanja di shopee karena variasi yang banyak dan beragam sedangkan untuk nilai 2.96 merupakan rata-rata terendah dengan pernyataan barang yang dikirim sesuai dengan kualifikasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasan dalam berbelanja dengan kualitas yang didapat.

Penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya tentang Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Fardian Aziz dan Yateno tahun 2021 yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Dengan Tagline Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada MarketplaceShopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEBI Universitas Muhammadiyah Metro)” Pendekatan *Theory of Planned Behavior*” yang mengemukakan bahwa kualitas menjadi salah satu faktor dalam *Theory of Planned Behavior* yang dapat memengaruhi intensi seseorang terhadap minat beli. Metode penelitiannya secara kuantitatif dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Theory of Planned Behavior* dapat digunakan dalam menjelaskan intensi konsumen yang salah satunya melalui hasil penelitian ini Kualitas produk Berdasarkan uji t untuk variabel kualitas

produk dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) diperoleh nilai $(2,380) > (1,992)$ dengan nilai signifikan $(0,000) < (0,05)$. Maka H_0 diterima dan H_a tidak diterima, sehingga secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa FEB UM Metro angkatan 2017. Nilai t hitung positif menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai hubungan yang searah dengan keputusan pembelian yang berarti apabila kualitas produk meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat.²¹



²¹ Ferdian Azizi and Yateno, “Pengaruh Kualitas Produk, Diskon Dan Tagline ‘Gratis Ongkir’ Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB, Universitas Muhammadiyah Metro),” *Jurnal Manajemen Diverisifikasi* 1, no. 2 (2021): 260–277.