

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE
PADA MASA PANDEMI COVID 19 DITINJAU MENURUT EKONOMI
SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Syariah dan Hukum**



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

SUSI
NIM.11625203905

PROGRAM S1

PRODI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1443 H/2022 M

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Informasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : Susi
NIM : 11625203905
Program Study : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/ Tanggal : Rabu, 06 April 2022
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Munaqasyah (Gedung Belajar Lt.2)

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 April 2022

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Zulkifli, M.Ag

Sekretaris
Nuryanti, S.E.I,ME.Sy

Penguji I
Dr. Budi Azwar, S.E,M.Ec

Penguji II
Muhammad Nurwahid, M.Ag

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum

Dr. Zulkifli, M.Ag

NIP. 19741006 200501 1 005



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Informasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : Susi
NIM : 11625203905
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 Januari 2022

Pembimbing Skripsi

Dr. Budi Azwar, S.E, M.Ec

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : SUSI
 NIM : 11625203905
 Tempat/ Tgl. Lahir : Equator, 11-02-1997
 Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Informasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 20 Januari 2022
 Yang membuat pernyataan



SUSI
 NIM : 11625203905

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Sasi (2022): Pengaruh Kualitas Informasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perilaku konsumsi mahasiswa ekonomi syariah terhadap aplikasi shopee pada masa pandemi covid 19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas informasi dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi covid 19, serta bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi covid 19.

Penelitian ini melibatkan 100 mahasiswa jurusan ekonomi syariah sebagai sampel penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas informasi dan gaya hidup, dan variabel dependennya adalah keputusan mahasiswa. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada responden. Jenis penelitian termasuk Kuantitatif.

Dari hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa R Square sebanyak 0,514, nilai tersebut menggambarkan bahwa kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi covid 19 ditinjau menurut ekonomi syariah sebesar 51,4%. Sedangkan sisanya 48,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Tinjauan ekonomi Islam terhadap kualitas informasi dan gaya hidup dan keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi covid 19 adalah sudah hampir sesuai dengan prinsip Islam tentang jual beli, dikarenakan kualitas informasi sudah tepat dan pilihan barang yang ada juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan gaya hidup konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Informasi, Gaya Hidup, Keputusan Pembeli, Ekonomi Syariah



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kemudahan, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa penulis hadiahkan untuk junjungan alam Nabi Muhammad SAW, Allah huma shalli alaa Muhammad wa'ala ali Muhammad. Dalam pengerjaan skripsi ini telah di susun agar menjadi sempurna. Namun, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan karena keterbatasan pengetahuan dan wawasan dari penulis.

Dengan demikian, berbagai masukan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun dengan harapan skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang bermakna. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

Orangtua Ibunda Niar dan Ayahanda Iran, serta adik semata wayang Laras terimakasih atas semua kasih sayang, pengorbanan, dukungan, kepercayaan, serta selalu meridhoi setiap langkah ananda untuk mencapai kesuksesan.

Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Beserta jajarannya.

Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta bapak Dr.Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr.H.Mawardi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



S.Ag.,M.Si selaku Wakil Dekan II, dan ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE,M.Sc,Ak,CA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.

Ibu Dr. Jenita, SE,MM selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat kepada penulis selama menempuh perkuliahan.

6. Bapak Dr. Budi Azwar, SE,M.Ec selaku dosen Pembimbing Skripsi, penulis ucapkan terimakasih atas segala bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Bapak Dr. Junaidi Lubis, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah membimbing penulis selama menjalani perkuliahan.

Pihak perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku, jurnal dan skripsi guna untuk menyempurnakan skripsi ini.

Sahabat-sahabat tersayang Lisanti Okta Riantika,S.Pd, Rahmadiyah,S.Pd dan semua teman yang terlibat. Terimakasih sudah menemani setiap langkah penulis selama ini, segala motivasi dan bantuan yang diberikan sangat bermakna bagi penulis dalam menyelesaikan tanggungjawab ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



10. Teman-teman EI B 2016 yang selalu berjuang dari awal kuliah hingga bisa menyelesaikan perkuliahan dengan sabar dan tekun. Terimakasih untuk kita semua.

11. Terimakasih kepada Mas Rifki Rahmansyah, S.E yang selalu menemani, mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, nasehat, serta motivasi dalam menyelesaikan tanggungjawab ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Apapun kontribusi yang telah diberikan oleh pihak- pihak yang ikut serta dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga Allah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, Amiin Yarabbal Alamiin.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 06 April 2022
Penulis,

Susi
NIM. 11625203905

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	01
B. Batasan Masalah	15
C. Rumusan Masalah	16
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	16
E. Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Jual Beli	19
B. E-Commerce	25
C. Shopee	28
D. Keputusan Konsumen	31
E. Kualitas Informasi	37
F. Gaya Hidup	45
G. Definisi Variabel	50
H. Hipotesis Penelitian	52
I. Penelitian Terdahulu	53
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Kampus UIN SUSKA Riau	59
B. Visi dan Misi	62
C. Karakteristik	63
D. Tujuan	64
E. Metode Penelitian	65
1. Lokasi Penelitian	65
2. Subjek dan Objek Penelitian	65
3. Populasi dan Sampel Penelitian	66

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sumber Data	67
5. Teknik Pengumpulan Data	68
6. Variabel Penelitian	69
7. Pengukuran Variabel	69
8. Metode Analisis Data	70
9. Teknik Analisis Data	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	77
1. Karakteristik Responden	77
2. Uji Instrumen Penelitian.....	80
3. Asumsi Klasik	82
4. Analisis Regresi Linear Berganda	85
5. Uji Hipotesis.....	87
B. Pembahasan	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Wawancara Prariset Tentang Peningkatan Jual Beli <i>Online</i> Yang Dilakukan Mahasiswa.....	10
Tabel 1.2	Hasil Wawancara Prariset Tentang Kualitas Informasi Dalam Jual Beli <i>Online</i>	12
Tabel 1.3	Hasil Wawancara Prariset Aktifitas Jual Beli <i>Online</i>	14
Tabel 2.1	Indikator Variabel.....	50
Tabel 2.2	Studi Terdahulu	54
Tabel 3.1	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Korfisien Korelasi.	75
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	78
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan....	79
Tabel 4.4	Uji Validitas Data	80
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Data	81
Tabel 4.6	Uji Normalitas	83
Tabel 4.7	Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.8	Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i>	85
Tabel 4.9	Analisis Regresi Berganda	86
Tabel 4.10	Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	88
Tabel 4.11	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	89
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Sepuluh negara dengan pertumbuhan <i>e-commerce</i> tercepat 2018.....	02
Gambar 1.2	Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	06
Gambar 1.3	Preferensi belanja <i>online</i> menurut generasi.....	08



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

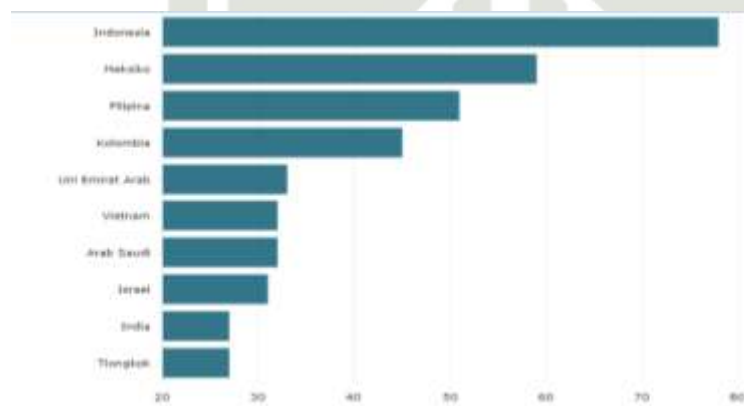
Belanja *online* kini sudah menjadi suatu kegiatan yang membudaya di Indonesia sejak beberapa tahun belakangan ini. Bahkan semakin meningkat pada awal tahun 2020 dimana terjadi pandemi yang mengguncang dunia terkhusus Indonesia. Pandemi ini merupakan penyebaran virus *Covid-19* atau juga yang disebut virus corona. Virus ini hadir dan mulai dikenal oleh masyarakat luas pada tahun 2020. Secara makro sangat mempengaruhi kegiatan perekonomian di berbagai negara. Dampak terbesarnya pada proses produksi, distribusi dan konsumsi secara fundamental dari seluruh aktivitas masyarakat pemerintah menerapkan kebijakan *social* dan *physical distancing* di 13 negara termasuk Indonesia. Masyarakat Indonesia melakukan transaksi dalam memenuhi kebutuhan mereka dengan cara melakukan pembelian *online* melalui media *e-commerce* (belanja daring).¹

Potensi Lanjutan untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil, menjelaskan bahwa arah kebijakan pembangunan umum pertama untuk 2015-2019 adalah untuk mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Salah satu cara untuk mencapai ini adalah dengan meningkatkan daya saing dan peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Data sensus

¹ Aknolt Kristian Pakpahan. *Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional 2020. h. 59-64

ekonomi 2016 menjelaskan, jumlah UMK di Indonesia adalah 26,26 juta atau memiliki kontribusi 98,33 persen.²

Perkembangan *e-commerce* saat ini sangat pesat menurut Widowati dalam Febriani dan Dewi (2019) Penjualan ritel *e-commerce* Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 8,59 atau sekitar Rp.117,7 triliun pada 2018. Jumlah tersebut, menurut data statistik bakal meningkat menjadi US\$ 16,5 miliar pada 2022 atau naik dua kali lipat dari tahun ini.



Gambar 1.1

Sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat 2018³

Sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Indonesia memimpin jajaran negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Meksiko menjadi negara yang menduduki peringkat kedua tercepat dalam pertumbuhan *e-commerce* dengan pertumbuhan 59% pada 2018. Sementara

² Agus Rizal. 2019. *Solusi Dan Strategi Inklusi Keuangan Syariah: Kasus Umkm-Bmt Di Sumatera Utara-Indonesia*. Jurnal Internasional Bisnis dan Manajemen Vol. VII, No. 2

³<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>. Diakses pada tanggal 15 Januari 2021. Pukul 14:30 WIB.

itu, Filipina berada di urutan ketiga dengan pertumbuhan *e-commerce* sebesar 51%.

Hal ini membuat volume permintaan di *e-commerce* pun melonjak antara 5-10 kali dibandingkan sebelum pandemi. Demikian pula transaksi hariannya pun meningkat menjadi 4,8 juta transaksi pada April lalu. Padahal sebelumnya hanya mampu menjangkau rata-rata 3,1 juta transaksi per hari pada kuartal II-2019 dan penjualan meningkat sebesar Rp. 36 triliun atau naik 26% dari rata-rata bulanan kuartal II-2019. Menurut Indrajid, *e-commerce* merupakan arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Arena jual beli terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta computer dalam satu jaringan raksasa. Salah satu *e-commerce* yang mengalami peningkatan paling pesat yaitu situs belanja *online*.⁴

Belanja *online* (*online shopping*) adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung, dimana barang yang diperjual belikan hanya ditawarkan melalui media internet dengan menunjukkan gambar. Melalui belanja lewat internet seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui website yang dipromosikan oleh penjual kemudian pembayaran akan dilakukan melalui transfer ke rekening bank yang bersangkutan, setelah pembayaran diterima kewajiban penjual adalah mengirim barang kealamat yang dituju.

Beragamnya *e-commerce* membuat para konsumen tertarik dalam membeli segala kebutuhan mereka. Masing-masing *e-commerce* tersebut saling

⁴Rintho Rante Rerung, *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, (Jogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 135.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memberikan penawaran yang sangat menarik untuk memikat hati konsumen. Diantaranya *e-commerce* adalah Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, Bukalapak, JDID, Orami, Bhinneka, Sociolla, Zalora dan lain-lain. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang berkembang pesat diantara *e-commerce* yang lain.

Shopee, Lazada, dan Tokopedia mengukuhkan diri sebagai *e-commerce* terpopuler di Asia Tenggara untuk periode triwulan III 2019, berdasarkan hasil riset iPrice terbaru. Riset tersebut juga menunjukkan bahwa pasar ketiga *e-commerce* tersebut di Indonesia bakal menjadi yang terbesar di Asia Tenggara. Sementara itu untuk kategori aplikasi selular, aplikasi Shopee dan Lazada menjadi yang terpopuler di Asia Tenggara walaupun menghadapi persaingan yang ketat dari Tokopedia dan *e-commerce* asal Vietnam yaitu Sendo⁵

Riset ini dilakukan pada Oktober tahun 2019 di enam negara Asia Tenggara yakni Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam, berdasarkan pencatatan dari situs SimilarWeb. Dari enam negara tersebut, Shopee dan Lazada memiliki jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak. Shopee menjadi *e-commerce* paling populer di Vietnam dan Indonesia. Sedangkan, Lazada merajai pasar Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand. Dalam laporan tersebut disampaikan bahwa Vietnam dan Indonesia diprediksi akan menjadi pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara.

Tidak hanya meneliti data regional, riset *iPrice* juga meneliti data per negara. Di Indonesia, Tokopedia menjadi *e-commerce* paling populer dengan kunjungan bulanan tertinggi di antara *e-commerce* lainnya yakni 66 juta pengguna

⁵ (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 16 Januari 2021 pukul 19:30 WIB)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bulanan, kemudian menyusul Shopee di peringkat kedua dengan 56 juta kunjungan, Bukalapak 42,9 juta kunjungan, dan Lazada 27 juta kunjungan.⁶

Dalam perkembangannya, Shopee juga mencetak kesuksesan dengan sangat singkat sehingga menjadi trend tersendiri bagi *e-commerce* lain di Asia Tenggara. Sebut saja dua tahun berdirinya Shopee pada tahun 2017 sudah mencatat 80 juta unduhan aplikasi dan lebih dari 180 juta produk aktif dari lebih dari empat juta wirausaha sesuai dengan yang dilansir oleh New Straits Times pada laman bisnisnya dengan judul “*Shopee Records 80 Mil Downloads Over 2 Years*”. Shopee sudah menjadi *e-commerce* terbesar di asia tenggara pada tahun ketiganya, hal ini dilansir oleh Giz Guide pada laman bisnisnya dengan judul “*Shopee Is Now The Biggest E-Commerce Website In Southeast Asia*”, diberita tersebut dikatakan bahwa pada Q4 2017, dilaporkan nilai perdagangan bruto (GMV) sebesar US \$ 1,6 miliar, naik 206 persen dari tahun sebelumnya Shopee memiliki nilai total GMV di tahun 2018 sebanyak US \$ 2,7 miliar, naik 153 persen dari tahun 2017.

Kemudian di Indonesia sendiri Shopee juga dikenal sebagai *e-commerce* yang populer yang bersaing dengan *e-commerce* buatan anak negeri seperti Tokopedia dan Bukalapak. Shopee Indonesia dikenal menggaet tokoh/artis pengusung identitas budaya lokal. Shopee menggaet Didi Kempot sebagai brand ambassador mereka pada tahun 2019. Hal ini dapat dikatakan sukses karena membawa shopee menjadi *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2020 sebagaimana data berikut.

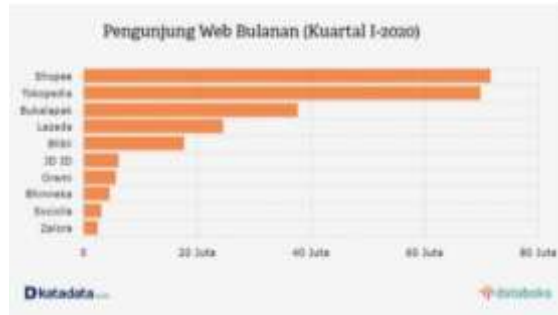
⁶ <https://katadata.co.id/happyfajrian/digital/5e9a4c4bef9cb/> inilah-e-commerce- paling-populer-di-asia-tenggara-menurut-riset-iprice. Diakses pada 15 Januari 2020 pukul 19:30 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1.2

Pengguna *E-Commerce* di Indonesia⁷

Dari data diatas menunjukkan bahwasannya pengguna *e-commerce* terbanyak dimiliki oleh *e-commerce* Shopee dengan total pengunjung sekitar 80 juta. Diposisi kedua ditempati oleh Tokopedia dengan jumlah pengunjung sekitar 60 juta. Dan diposisi ketiga dimiliki oleh Bukalapak sekitar 30 juta pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* Shopee paling diminati oleh masyarakat.

Selanjutnya, untuk kategori pengguna aktif bulanan, Shopee memimpin di urutan pertama dengan pengguna aktif bulanan terbesar diikuti Tokopedia, Bukalapak, dan di posisi keempat, Lazada. Kemudian, aplikasi *e-commerce* yang paling banyak diunduh di Indonesia yakni Shopee, disusul oleh Lazada, Tokopedia, dan Bukalapak. Adapun Shopee membukukan lebih dari 138 juta transaksi sepanjang kuartal III tahun ini yakni rata-rata 1,5 juta transaksi per hari. Salah satu kampanye *online* Shopee untuk memperkuat posisinya di pasar *e-commerce* Tanah Air yaitu dalam menyambut hari ulang tahun keempat perusahaan yakni Shopee 12.12 Birthday Sale yang berlangsung sejak 18 November hingga puncaknya pada 12 Desember 2019.

⁷<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 16 Januari 2020 Pukul 19:30 WIB.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Shopee merupakan *e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Mulai tahun 2019, Shopee juga sudah aktif di negara Brasil, menjadikannya Shopee pertama di Amerika Selatan dan luar Asia. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng. Chris Feng adalah salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada.

Pada masa pandemi *Covid 19* seluruh masyarakat meminimalisir jual beli secara tatap muka yang bertransformasi dalam belanja *online*. Mahasiswa sebagai kaum milenial merupakan pengguna terbanyak aplikasi belanja yang memudahkan mahasiswa mendapatkan kebutuhan baik primer maupun sekunder. Hal ini dilakukan juga untuk menghindari penularan *Covid 19*. Namun, sebagai umat beragama khusus umat muslim maka dalam melakukan jual-beli atau pembelanjaan digital ini diwajibkan untuk tetap melakukan praktik jual beli yang halal sesuai syariat Islam (Syariah) dan menghindari praktik riba dan jual-beli yang haram.

Perkembangan jual-beli saat ini sudah berubah menjadi digitalisasi sebagai contoh adalah belanja *online*. Dalam jual beli, ada rukun dan syarat yang harus dipenuhi. Antara rukun dan syarat jual beli juga harus relevan. Dalam syarat barang yang diperjual belikan barang harus jelas kadar, sifat dan harganya. Penjual dan pembeli harus sama-sama saling ridho dan tidak terpaksa dalam melakukan transaksi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Al-Quran telah menetapkan bahwa jual beli merupakan praktik yang halal dilakukan, sedangkan praktik riba merupakan transaksi yang termasuk dosa.

Dalam ayat al-Quran Surat an-Nisa' ayat 29 dijelaskan:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا
 اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dengan jalan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An Nisa: 29).



GAMBAR 1.3 Preferensi belanja *online* menurut generasi⁸

Ketua Umum Associate E-Commerce Indonesia (idEA) Ignatius Untung mengakui kelompok pasar terbesar jual beli *online* di Indonesia dari kalangan milenial dan gen-Z. Menurutnya, terlepas dari penggolongan generasi, perebutan

⁸ <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 19:00 WIB.

pasar *online* adalah mereka dengan usia produktif (15-65 tahun), di mana konsumsi dan pemenuhan kebutuhannya sedang tinggi. Generasi milenial dan gen-Z yang dijeaskan di atas ialah mahasiswa.

Menurut CNN Indonesia kategori 20-24 tahun ditemukan 22,3 juta jiwa yang setara 82 persen dari total penduduk di kelompok itu. Sedangkan pada kelompok 25-29 tahun, terdapat 24 juta pengguna internet atau setara 80 persen total jumlah jiwa. Temuan itu didukung dengan diketahuinya profesi mahasiswa sebagai profesi yang paling banyak menggunakan internet ketimbang sektor lain. Gelombang generasi millennial tak bisa dipungkiri menjadi ujung tombak penetrasi internet di Indonesia. Lahir dan besar bersama derasnya era informasi dan digital, penerimaan serta literasi usia muda lebih mudah ketimbang kelompok usia lain.⁹

Mahasiswa sebagai generasi milenial juga ditunjuk sebagai pengguna terbesar *e-commerce* di Indonesia. Namun, jual beli yang baik adalah yang dibangun atas dasar kejujuran dan kejelasan. Kejujuran dalam hal sifat dan penjelasan dalam hal cacat, tidak mengatakan baik terhadap sesuatu yang jelek dan tidak menyembunyikan cacat yang ada pada barang dagangannya. Demikian pula jual beli tersebut harus sesuai dengan syariat Allah agar menjadi jual beli yang mabrur. Jual beli merupakan akad yang diperbolehkan berdasarkan Al-Qur'an, sunnah dan *ijma'* ulama. Dilihat dari aspek hukum, jual beli hukumnya haram kecuali jual beli yang dilarang Syara. Tingginya jual beli melalui aplikasi *shoppe* ditunjukkan oleh data berikut yang menjelaskan tentang fenomena jual beli *online* yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Ekonomi syariah UIN Suska

⁹<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>. Diakses pada 18 Januari 2021. Pukul 20:00 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Riau. Wawancara dilakukan kepada 10 mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau angkatan 2016.

Tabel 1.1 Hasil Wawancara Prariset Tentang Peningkatan Jual Beli Online Yang Dilakukan Mahasiswa

	PERNYATAAN	JUMLAH JAWABAN SETUJU	PRESENTASE
1	Pada masa pandemi Covid-19 melakukan belanja <i>online</i> lebih sering dari biasanya	8	80%
2	Jual beli <i>online</i> dianggap sebagai aktifitas teraman untuk aktifitas jual beli	6	60%
3	Belanja <i>online</i> melalui aplikasi shoppe	9	90%
4	Aplikasi shoppe mudah digunakan	7	70%
5	Aplikasi shoppe sering muncul di TV	8	80%

Sumber: Data Olahan Penulis 2021

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa 80% dari 10 mahasiswa yang di wawancarai secara singkat mengakui bahwa terdapat peningkatan frekuensi jual beli *online* pada saat masa pandemic Covid-19 dibandingkan dengan sebelumnya. Hal ini disebabkan olen kebijakan Pemerintah yang

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menganjurkan dirumah saja dan meminimalisir kegiatan diluar rumah serta banyaknya toko-toko yang tutup ketika PSBB. Sehingga sebagian besar mahasiswa mengatakan bahwa jual beli *online* dianggap aktifitas jual beli teraman yang bisa dilakukan. Salah satu platform e-commerce yang paling banyak digunakan adalah Shopee hal ini di tunjukkan degan 90% dari mahasiswa memasang aplikasi shoppe pada ponselnya. Namun dari ada juga sebagian kecil juga memasang aplikasi lain diponselnya. Penggunaan Shopee dalam jual beli *online* dipilih mahasiswa karena mudah digunakan dan kepercayaan mahasiswa cukup tinggi karena iklan Shopee sering muncul di Televisi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk *online* adalah kualitas informasi dari toko *online*. Informasi adalah salah satu bahan pengambilan keputusan. Kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal, yaitu informasi harus akurat, tepat waktu dan relevan. Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus mencerminkan maksud dari informasi tersebut, informasi tepat waktu artinya informasi yang datang bagi konsumen tidak boleh terlambat atau usang sedangkan informasi relevan artinya informasi tersebut mempunyai manfaat bagi penerimanya.¹⁰ Namun, sebelum keputusan pembelian, kosumen akan menentukan menggunakan *e-commerce* yang mana.

Berdasarkan penelitian Nabila dan Listyorini pada tahun 2016 mengatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan aplikasi belanja *online* tertentu. Berbeda dengan penelitian Aeni mengatakan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh

¹⁰ Tata Sutabri, *Konsep Sistem Informasi*. (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h. 47

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

signifikan terhadap keputusan tersebut. Hal tersebut mendorong peneliti untuk mengangkat variabel tersebut.¹¹

Berdasarkan pra penelitian menggunakan sampel acak dengan 10 responden mahasiswa Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan aplikasi Shopee, responden tersebut diwawancarai secara singkat sehingga didapat bahwa hal yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih untuk menggunakan aplikasi belanja *online* adalah berdasarkan informasi yang tercantum dalam aplikasi tersebut. Berikut wawancara secara singkat yang dilakukan kepada 10 mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Uin Suska Riau angkatan 2016

**Tabel 1.2 Hasil Wawancara Prariset Tentang Kualitas Informasi
Dalam Jual Beli *Online***

NO	PERNYATAAN	JUMLAH JAWABAN SETUJU	PRESENTASE
1	menentukan <i>e-commerce</i> berdasarkan informasi yang tertera apakah jelas atau tidak	5	50%
2	Informasi took harus di <i>update</i> secara berkala	3	30%
3	Informasi produk relevan dengan aktifitas mahasiswa	8	80%

Sumber: Data Olahan Penulis 2021

¹¹Eni Nur Aeni. *Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Uin Walisongo Semarang*. (Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019), h. 68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa menentukan *e-commerce* yang dipilih untuk melakukan aktifitas jual beli *online* dipilih berdasarkan informasi yang tertera apakah jelas atau tidak. Kemudian mahasiswa akan membeli jika informasi yang tertera pada deskripsi produk dan *tool online* diperbaharui secara terus menerus. Namun, relevansinya informasi yang disampaikan pada deskripsi produk dengan aktifitas dan kebutuhan mahasiswa menjadi poin penting mahasiswa dalam menentukan untuk melakukan pembelian secara *online* atau tidak.

Selain faktor yang telah disebutkan, terhadap faktor gaya hidup yang diduga dapat mempengaruhi pembelian impulsif sehingga secara tidak langsung mencari *e-commerce* yang mampu menyediakan gaya hidup konsumen tertentu. Konsumen melihat, berpikir, memilih dan membeli produk sesuai gaya hidupnya sehingga gaya hidup merupakan konsep gaya populer untuk memahami perilaku konsumen. Individu akan melakukan berbagai cara untuk memenuhi gaya hidup yang menurutnya sesuai dengan dirinya, berkaitan dengan hobi, pekerjaan, belanja ataupun minat individu terhadap suatu produk serta pendapatnya mengenai produk yang akan dibeli, hal ini tentu berpengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi tertentu. Individu yang memiliki gaya hidup berbelanja sangat mudah terpengaruh terhadap rayuan iklan, konformitas, serta gengsi tanpa mempertimbangkan.¹² Berikut wawancara secara singkat yang dilakukan kepada 10 mahasiswa Jurusan Ekonomi syariah Uin Suska Riau angkatan 2016.

¹²Indira Cahya Fitriya. *Pengaruh Gaya Hidup, Kesenangan Berinternet Dan Susceptibility Terhadap Interpersonal Influence Terhadap Pembelian Impulsif Produk Sale- Ecommerce*. (Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019), h. 7

Tabel 1.3 Hasil Wawancara Prariset Aktifitas Jual Beli Online

Hak Cipta m lik UIN Suska Riau	PERNYATAAN	JUMLAH JAWABAN SETUJU	PRESENTASE
1	Menyediakan produk yang trend	10	100%
2	Aplikasi shoppe menyediakan hal yang dibutuhkan mahasiswa	8	80%
3	Aplikasi shoppe menyediakan produk-produk yang <i>trending</i>	8	80%

Sumber: Data Olahan Penulis 2021

Berdasarkan pra penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa 100% responden setuju bahwa aplikasi yang mampu menyediakan fashion, teknologi dan hal-hal yang sedang trend diwaktu itu membuat mahasiswa memilih aplikasi belanja tersebut. Kemudian diketahui juga bahwa sebagian besar mahasiswa beranggapan bahwa Shopee merupakan platform yang menyediakan berbagai macam kebutuhan Dan aplikasi Shopee mampu menyediakan barang, dan hal-hal yang memenuhi gaya hidup mahasiswa secara menyeluruh.

Berdasarkan latar belakang masalah ini, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti dengan menggunakan metode regresi linear berganda dengan instrumen penelitian kuesioner, untuk melihat hubungkan variabel antara variable kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi belanja shopee. Dengan studi kasus pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska

Riau sehingga diharapkan dapat menjadi berbanding dan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan Judul **“PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID 19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH.”**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah perlu di pertegas sehingga ruang lingkup penelitian menjadi jelas, lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Adapun batasan berikut batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi Covid 19 pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.
2. Variabel independen (bebas) adalah kualitas informasi dan gaya hidup dan variabel dependen (terikat) adalah keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee.
3. Studi kasus dalam penelitian fokus terhadap e-commerce shopee
4. Sampel yang dijadikan objek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau tahun akademik 2020/2021 menganalisis hasil penelitian dengan tinjauan kajian ekonomi syariah.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rumusan Masalah

Fenomena-fenomena penelitian ini sudah dipaparkan dalam latar belakang. Berdasarkan identifikasi masalah di atas dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas informasi, terhadap keputusan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19?
3. Bagaimana pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ditinjau menurut Ekonomi Syariah?

Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19?
 - c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ditinjau menurut Ekonomi Syariah?
2. Manfaat Penelitian
- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memebrikan tambahan pengetahuan dan wawasan pengalaman serta mampu mengaplikasikan teori yang didapatkan selain itu penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program strata satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau
 - b. Bagi Almamater, dapat menjadi tambahan khasanah keilmuan jurusan ekonomi syariah di UIN Suska Riau
 - c. Bagi Peneliti Lain, sebagai bahan acuan, refrensi dan perbandingan untuk melakukan penelitian sejenis dan menyempurnakan hasil penelitian.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun dengan harapan mampu menjelaskan kajian penelitian secara sistematis dan efektif. Maka dalam penelitian ini format penelitian disusun sebagai berikut.¹³

Bab satu diberi berjudul Pendahuluan. Bab ini berisi sub bab dengan urutan yaitu Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat.

Bab dua menyajikan Tinjauan Pustaka. Tinjauan pustaka ini berisi landasan, kerangka teori atau kerangka konseptual. Landasan teoritis harus didasarkan pada teori-teori yang relevan. Teori-teori diseleksi atas dasar pertimbangan apakah teori tersebut dapat membantu penulis memahami dan menafsirkan data secara kritis. Teori yang dijelaskan pada bab ini terkait dengan pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi Covid 19 ditinjau menurut ekonomi islam ditinjau menurut ekonomi islam

Bab tiga merupakan uraian terhadap tinjauan umum atau *setting* penelitian, memuat isi terkait dengan gambaran umum objek penelitian atau lokasi penelitian dan lain sebagainya. Dalam bab ini penulis mendeskripsikan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau secara umum.

Bab empat menyajikan Pembahasan Hasil Data Penelitian, berupa jawaban dari rumusan masalah penelitian. Analisis jawaban penelitian harus memuat data langsung berkenaan dengan variabel yang diteliti secara obyektif.

¹³ Hajar, dkk. *Panduan Penulisan Skripsi Dan Tugas Akhir*, (Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, 2020) h. 43-45

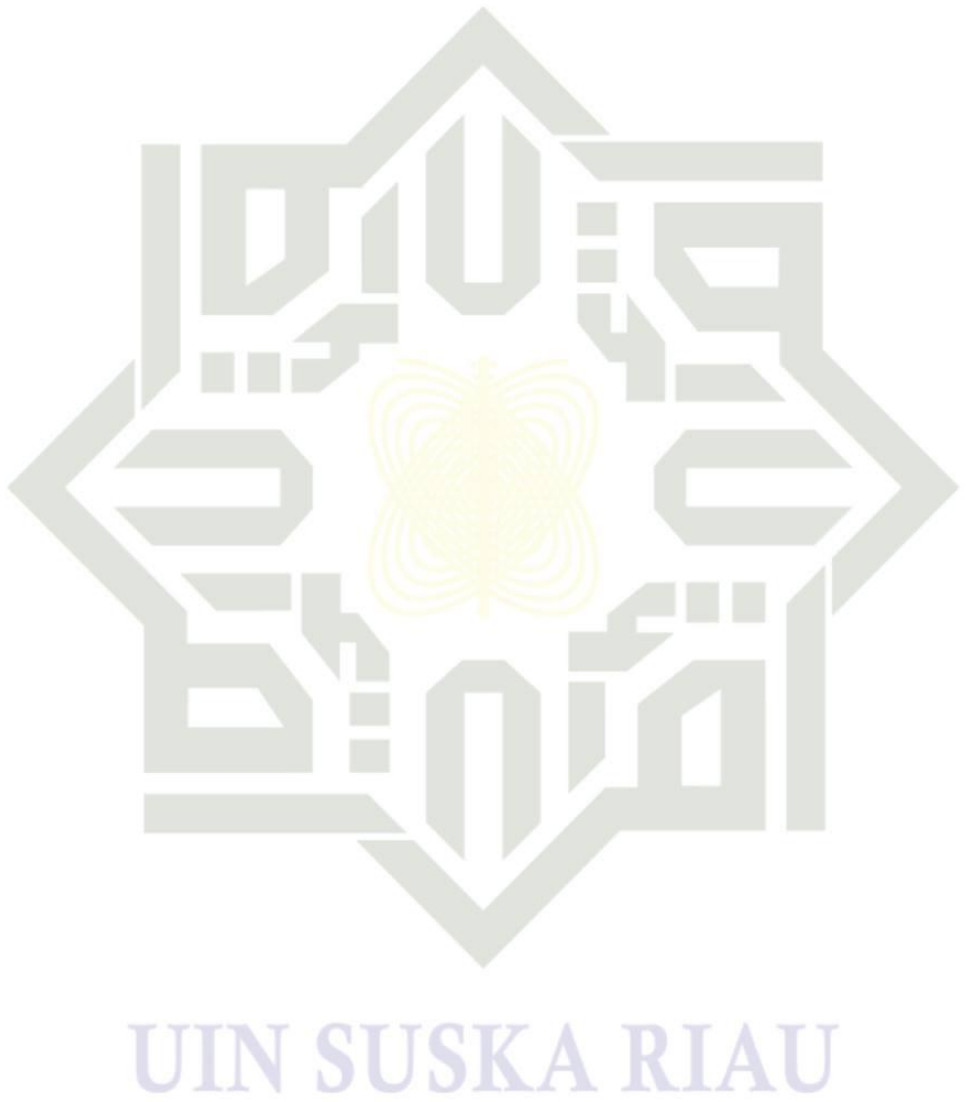
Bab lima merupakan bab Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan ditarik dari pembuktian atau dari uraian yang telah ditulis terdahulu dan bertalian erat dengan rumusan masalah.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Jual Beli

Jual-beli (*al-bai*) mencakup dua pengertian, yaitu jual (*al-bai*) dan beli (*al-syira*). merupakan salah satu terminologi ilmu fiqih yang ketentuannya terdapat dalam Al-Qur'an dan sunah. Menurut ulama hanafiah, jual-beli secara istilah adalah pertukaran harta dengan harta secara khusus, atau pertukaran sesuatu yang diinginkan yang berguna dengan cara khusus, yaitu ijab (ucapan/perbuatan yang menunjukkan penawaran) dan qabul (ucapan/perbuatan yang menunjukkan penerimaan).¹⁴

Dalam Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275, Allah menegaskan bahwa: "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba". Hal yang menarik dari ayat tersebut adalah adanya pelarangan riba yang didahului oleh penghalalan jual beli, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.

Nabi Muhammad SAW bersabda yang artinya: "dari Rifa'ah r.a bahwasannya Nabi Muhammad SAW di tanya : "Pencarian apakah yang paling baik?". Beliau menjawab, "Talah orang yang bekerja dengan tangannya, dan tiap tiap jual beli yang bersih". (H.R. AlBazar dan disahkan oleh Hakim). Selain itu jual beli telah diridhoi Allah dan Rosul-Nya. Sebab jual beli berbeda dengan riba. Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Menurut Tho'in mengatakan bahwa riba telah disepakati keharamannya oleh seluruh ulama bahkan

¹⁴Jaih Mubarak dan Maulana Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual-Beli* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), h. 89



oleh seluruh syariat langit, dengan kata lain riba tidak hanya diharamkan oleh agama Islam saja, tetapi agama-agama samawi yang lainpun juga mengharamkannya.

Dari beberapa definisi di atas dipahami bahwa jual beli ialah perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara ridha di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Berdagang atau berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah SAW sendiri pun saat remaja sudah memulai untuk berdagang ke negeri Syam. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, dengan catatan selama dilakukan dengan benar sesuai dengan tuntunan ajaran Islam.

Jual dan beli sudah di kenal semenjak dari jaman kenabian, begitu juga kebanyakan dari para istri-istri nabi berprovesi sebagai pedagang, contohnya siti khodijah istri Nabi Muhammad SAW juga seorang pedagang yang sukses. Adapun jual beli atau muamalat di dalam islam, ada syari'at atau aturan-aturan yang harus di penuhi dan di jalankan oleh pelaku dagang maupun pembeli. Bisnis, berdagang, atau berjualan sangat dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW. Seperti yang disampaikan beliau dalam hadis bahwa 9 dari 10 pintu rezeki berada dalam dunia bisnis. Meski demikian perdagangan maupun bisnis yang dilakukan harus dalam koridor ajaran Islam.

Dahulunya sistem jual beli kita kenal dengan istilah sistem barter dan transaksi perdagangan dilakukan dengan cara langsung dan berhadap-hadapan, namun dalam perkembangannya di zaman kontemporer ini dimana teknologi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



semakin canggih, orang bisa melakukan perniagaan dan transaksi melalui teknologi yang canggih atau biasa disebut dengan jual beli *online*. Dan dalam perkembangan zaman saat ini, kita tak dapat mengelak bahwa fenomena jual beli *online* telah tumbuh dan menjamur ditengah-tengah kehidupan kita sehari-hari. Mulai dari penjualan pakaian jadi, sepatu, tas, buku dan kebutuhan hidup lainnya.

Mengenai bisnis online, ada sebuah hadis yang mengarah padanya.

“Sangalah kau membeli ikan di dalam air, karena biasanya mengandung kecurangan” dari Hadis riwayat Ahmad bin Hambal dan Al Bayhaqi dari Ibn Mas’ud.¹⁵

Belanja online (*online shopping*) adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui Internet.¹⁶ *Online shopping* atau belanja online via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung.¹⁷ Jadi, belanja online adalah proses jual-beli barang, jasa dan lain-lain yang dilakukan secara online tanpa bertemu dahulu antara penjual dan pembeli.

Jual beli *online* di artikan sebagai jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya melalui internet atau secara *online*. Salah satu contoh adalah penjualan produk secara *online* melalui internet seperti yang dilakukan

¹⁵ Tira Nur Fitria. *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 3 (01),STIE-AAS Surakarta, h.52-55

¹⁶ Elissa, Ingge dan Mujiyana. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Universitas Diponegoro, Semarang.

¹⁷ Sari, Chacha Andira. 2015. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Di Universitas Airlangga*, Jurnal AntroUnairdotNet: Vol. 4 No. 2, h. 3 <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/auna97cbdaabbfull.pdf>, (diakses pada tanggal 20 Mei 2022).

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Saifudin
Riau

oleh bukalapak.com, berniaga.com, tokobagus.com, lazada.com, kaskus, olx.com, blanja.com, Shope, tokopedia, blibli, zalora.

1. Syarat Jual Beli *Online*

Ulama Hanafiah menyatakan bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat, yaitu :¹⁸

a. Penjual dan Pembeli

- 1) Berakal sehat. Seorang penjual dan pembeli harus memiliki akal yang sehat agar dapat melakukan transaksi jual beli dengan keadaan sadar. Jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah.
- 2) Dengan kehendak sendiri Yaitu setiap pembeli membeli barang tanpa memaksakan kehendak, baik itu dari pihak penjual maupun pihak pembeli.
- 3) Bukan pemboros dan pelit Bagi pemboros dilarang melakukan jual beli adalah untuk menjaga hartanya dari kesia-siaan. Bagi orang pelit dilarang melakukan jual beli karena menjaga hak orang lain.
- 4) Baligh (berumur 15 tahun ke atas/dewasa)

b. Syarat yang terkait dalam ijab qabul

- 1) Dengan
- 2) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
- 3) Qabul sesuai dengan ijab. Apabila antara ijab dan qabul tidak sesuai maka jual beli tidak sah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

¹⁸ Rachmat Syafe'i. *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2000), h. 74

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Ijab dan qabul dilakukan dalam satu majelis. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama.
- c. Syarat barang yang diperjual belikan
 - 1) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
 - 2) Suci, islam tidak sah melakukan transaksi jual beli barang najis, seperti bangkai, babi, anjing, dan sebagainya.
 - 3) Barang yang diperjualbelikan merupakan milik sendiri atau diberi kuasa orang lain yang memilikinya.
 - 4) Barang yang diperjual belikan yang memiliki manfaatnya. Contohnya barang yang tidak bermanfaat adalah lalat, nyamuk, dan lain-lain. Barangbarang seperti ini tidak sah diperjualbelikan. Akan tetapi, jika dikemudian hari barang ini bermanfaat akibat perkembangan teknologi atau yang lainnya, maka barang barang itu sah diperjualbelikan.
 - 5) Barang yang diperjualbelikan jelas dan dapat dikuasai.
 - 6) Barang yang diperjualbelikan dapat diketahui kadarnya, jenisnya, sifat, dan harganya.
 - 7) Boleh diserahkan saat akad berlangsung

2. Rukun Jual Beli

Jumhur Ulama menyatakan bahwa rukun jual beli adalah sebagai berikut:¹⁹

¹⁹ Rachmat, *op. cit.*, h. 75

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Ada penjual dan pembeli yang keduanya harus berakal sehat, atas kemauan sendiri, dewasa/baligh dan tidak mubadzir alias tidak sedang boros.
- b. Ada barang atau jasa yang diperjual belikan dan barang penukar seperti uang, dinar emas, dirham perak, barang atau jasa. Untuk barang yang tidak terlihat karena mungkin di tempat lain namanya salam.
- c. Ada ijab qabul yaitu adalah ucapan transaksi antara yang menjual dan yang membeli (penjual dan pembeli).

 3. Dasar Hukum Jual Beli *Online*

Dalam jual beli *online* pun islam menggambarkan tata cara yang baik dan benar agar tidak ada kerugian antara manusia-manusia yang melakukan transaksi jual beli. Dasar hukum perihal jual beli terdapat dalam beberapa ayat didalam Al-quran, diantaranya yaitu surah Al-baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

An-nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ 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”.

B. E-Commerce

1. Pengertian E-Commerce

E-commerce adalah pembelian dan penjualan, pemasaran dan pelayanan serta pengiriman dan pembayaran produk, jasa dan informasi di internet dan jaringan lainnya, antara perusahaan berjangkauan dengan pelanggan, pemasok dan mitra. E-commerce ialah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang dan jasa.²⁰

Rerung menyatakan bahwa E-Commerce dapat didefinisikan sebagai karena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya terbentuk karna terhubungnya berjuta-juta computer kedalam satu jaringan

²⁰ Kalbuadi Putra. *Jual Beli Online Dengan menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)*. (Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015) , h. 40-44

raksasa (internet). E-Commerce memungkinkan suatu perusahaan menjangkau seluruh perusahaan menjangkau seluruh dunia untuk memasarkan produk atau jasa tanpa harus dibatasi oleh batasa-batas geografis. Didalam menerapkan e-commerce untuk memasarkan produk, salah satu hal yang perlu diketahui bahwa bahan baku sangat penting adalah informasi. E-Commerce merupakan salah satu pemicu terbentuknya prinsip ekonomi baru yang kini dikenal dengan ekonomi digital. E- Commerce hadir dalam menjawab tuntunan gaya hidup modern manusia yang menuntut kemudahan dan kecepatan dalam segala bidang.²¹

Rerung menyatakan bahwa e-commerce memiliki karakteristik sebagai berikut :²²

a. Transaksi tanpa batas

Batas geografis tidak menghalangi perusahaan besar maupun kecil untuk gointernational. Dengan kecanggihan internet batas-batas negara (ruang dan waktu) menjadi tidak ada lagi. Penjualan dengan mudah mencari pembeli diseluruh belahan dunia hanya dalam hitungan detik saja, demikian pun Batas geografis tidak menghalangi perusahaan besar maupun kecil untuk gointernational. Dengan kecanggihan internet batas-batas negara (ruang dan waktu) menjadi tidak ada lagi. Penjualan dengan mudah mencari pembeli diseluruh belahan dunia hanya dalam hitungan detik saja, demikian pun

b. Transaksi anonym

Hal ini tentu berbeda dengan transaksi jual-beli secara tradisional, dimana penjual dan pembeli harus bertemu secara langsung. Namun

²¹ Rintho, *op. cit.*, h. 96

²² Rintho, *op. cit.*, h. 98

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan e-commerce transaksi yang ditawarkan adalah penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka dan tidak memerlukan indentitas asli selama pembayaran telah diotoritas

- c. Produk digital dan non digital

Dengan menggunakan e-commerce produk yang ditawarkan bisa lebih beragam

- d. Produk barang tak berwujud

Seperti data. Software atau ide-ide dapat dijual secara daring

2. Karakteristik Bisnis *Online*

Suherman menyatakan bahwa jual beli via internet adalah jual beli yang terjadi di media elektronik, yang mana transaksi jual beli tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung atau saling menatap muka secara langsung, dengan menentukan ciri-ciri, jenis barang, sedangkan untuk harganya dibayar terlebih dahulu baru diserahkan barangnya. Sedangkan karakteristik bisnis *online*, yaitu:²³

- a. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
- b. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi;
- c. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Dari karakteristik di atas, bisa di lihat bahwa yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis offline yaitu proses transaksi (akad) dan media utama dalam proses tersebut. Akad merupakan unsur penting dalam suatu bisnis. Secara umum, bisnis dalam Islam menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan

²³ Tira, *loc. cit*, h.52-55

menghadirkan benda tersebut ketika transaksi, atau tanpa menghadirkan benda yang dipesan, tetapi dengan ketentuan harus dinyatakan sifat benda secara konkret, baik diserahkan langsung atau diserahkan kemudian sampai batas waktu tertentu, seperti dalam transaksi as-salam dan transaksi al-istishna. Transaksi as-salam merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara tunai/disegerakan tetapi penyerahan barang ditangguhkan. Sedang transaksi al-istishna merupakan bentuk transaksi dengan sistem pembayaran secara disejerakan atau secara ditangguhkan sesuai kesepakatan dan penyerahan barang yang ditangguhkan.

C. Shopee

Shopee merupakan perusahaan e-commerce yang berada di bawah naungan Garena (berubah nama menjadi SEA Group), perusahaan internet di Asia Tenggara. Menjalankan bisnis C2C mobile marketplace, Shopee resmi diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Indonesia.²⁴

Mengusung visi "Menjadi C2C Mobile Marketplace Nomor 1 di Asia Tenggara", Shopee yang berada di bawah naungan CEO, Chris Feng, pria lulusan terbaik dari Universitas Nasional Singapura yang memungkinkan para penggunanya membeli atau menjual barang melalui aplikasi yang tersedia di platform iOS dan Android.²⁵

Shopee adalah aplikasi Marketplace *online* untuk jual beli di ponsel dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk-produk mulai dari produk fashion sampai dengan produk untuk kebutuhan sehari-hari.

²⁴ <https://telko.id/2030/bedakan-diri-dari-yang-lain-shopee-usung-skemac2c/>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 14:30 WIB.

²⁵ Ibid.

Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile untuk memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan belanja *online* tanpa harus membuka website melalui perangkat computer.²⁶

Shopee mulai masuk ke pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan Shopee baru mulai beroperasi pada akhir Juni 2015 di Indonesia. Shopee merupakan anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Shopee telah hadir di beberapa negara di kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia. Shopee Indonesia beralamat di Wisma 77 Tower 2, Jalan Letjen. S. Parman, Palmerah, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11410, Indonesia.

Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Saat ini, angka unduhan Shopee telah mencapai satu juta unduhan di Google Play Store.²⁷

Sasaran pengguna Shopee adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan gadget termasuk kegiatan berbelanja. Untuk itu Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat. Kategori produk yang ditawarkan Shopee lebih mengarah pada produk fashion dan perlengkapan rumah tangga.²⁸

1. Proses Jual Beli Dengan Model Periklanan Di Shopee

²⁶ <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/121127/bab1/pengaruh-fitur-chatting-dan-tawar-pada-aplikasi-shopee-terhadapkepuasanpelanggan.pdf>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 18:30 WIB.

²⁷ <https://dailysocial.id/post/shopee>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 19:30 WIB.

²⁸ Ibid.

Jual beli dengan model periklanan di Shopee dilakukan menjalankan prosedur dan ketentuan yang sudah diberikan oleh Shopee mulai dari mendaftar, mengikuti persyaratan, dan melakukan proses jual beli dengan pembeli bisa berbelanja sesuai dengan barang yang diinginkan tinggal pilih, dan melakukan pembayaran baik secara transfer atau pembayaran di tempat setelah nanti barang dikirim melalui jasa delivery. Setelah pembayaran dilakukan, Shopee akan secara otomatis melakukan verifikasi dan konfirmasi tak lama setelahnya. Konfirmasi biasanya akan dikirimkan ke nomor ponsel dan email Anda, termasuk setiap ada perkembangan terbaru seperti nomor resi dan pengiriman barang Kesepakatan terjadi pada saat penawaran transaksi yang dikirim oleh pembeli telah diterima dan disetujui oleh penerima.

2. Tinjauan Hukum Islam

Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli dengan model periklanan di Shopee, bisa sah dan tidak sah. Tidak sah manakala informasi yang diberikan pada waktu akad berbeda dengan kenyataan setelah suatu barang itu ditunjukkan sehingga pembeli menjadi kecewa. Jika dalam praktek terjadi kondisi yang selalu mengecewakan pembeli maka jual beli ini dilarang, karena ada unsur penipuan dan ketidak adanya kerelaan dalam proses jual beli yang menjadi salah satu rukun dalam jual beli, Akan tetapi manakala dalam informasi pada waktu akad sesuai dengan realita pada waktu barang itu diserahkan maka jual beli yang demikian sah.

Jika transaksi berlangsung dalam satu waktu sedangkan kedua belah pihak berada di tempat yang berjauhan, hal ini dapat diterapkan pada transaksi melalui telepon ataupun telepon seluler, maka ijab dan qabul yang terjadi adalah langsung

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seolaholah keduanya berada dalam satu tempat akan akad dianggap terjadi ketika barang itu diberikan. penyediaan aplikasi permohonan barang oleh pihak penjual di Shopee merupakan ijab dan pengisian serta pengiriman aplikasi yang telah diisi oleh pembeli merupakan qabul.

D. Keputusan Konsumen

1. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan seseorang atau kelompok yang berwenang untuk membuat pilihan akhir, atau keputusan memilih, satu diantara beberapa alternatif solusi terhadap masalah atau pencapaian tujuan.²⁹

Seorang konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terhadap suatu produk, konsumen akan melihat produk dari berbagai sudut pandang. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, dan proses, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan pengambilan kesimpulan berupa response yang muncul tentang produk apa yang akan dibeli.³⁰ Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang dilakukan oleh individu ketika mengevaluasi, memperoleh, menggunakan maupun tidak menggunakan produk dan jasa.³¹ Keputusan pembelian merupakan tahap lanjutan setelah adanya minat dan keinginan untuk membeli, namun keputusan pembelian tidak sama

²⁹ Riski Dermawan, *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofi, Konsep Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 69

³⁰ Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.

³¹ Khuong, M. N. dan Duyen, H. T. M. (2016) “*Personal Factors Affecting Consumer Purchase Decision towards Men Skin Care Products — A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam,*” *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(2), hal. 44–50. doi: 10.118178/ijtef.2016.7.2.497.

dengan pembelian yang sebenarnya (Morissan A.M, 2015).³² Sementara itu definisi menurut (Sanjaya, 2015) keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli produk, setiap produsen pasti menjalankan strategi agar konsumen memutuskan membeli produknya. Keputusan konsumen merupakan proses interaksi antara sikap afektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya. Sikap kognitif merefleksikan sikap pemahaman, sikap afektif merefleksikan sikap keyakinan dan sikap behavioral merefleksikan sikap tindakan nyata.³³

Keputusan pada dasarnya merupakan proses memilih suatu penyelesaian dari beberapa alternatif yang ada, keputusan yang akan kita ambil tentunya perlu didukung sebagai faktor yang akan memberikan keyakinan pada kita sebagai pengambilan keputusan bahwa keputusan tersebut telah tepat.³⁴ Keputusan konsumen adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau ada terhadap produk. keputusan ini merupakan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi keuangan, teknologi, budaya, produk, harga, lokasi promosi, dan poses. sehingga membentuk sikap kepada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa responden yang muncul dan produk apa yang akan di beli. Suatu keputusan (decision) merupakan pilihan yang terbaik dan suatu retentatan tindakan untuk mencapai tujuan. Untuk membuat pilihan tersebut memerlukan analisis keputusan, dengan mengklasifikasikan dengan membedakan apa yang harus dicapai dengan apa yang ingin dicapai. langkah

³² Morissan A.M, 2015

³³ Mulyadi Nitisusastro. *Perilaku Konsumen*. (Bandung: Alfabeta, 2012) h 195

³⁴ Ernie T. S. & Saefullah Kurniawan. *Pengantar Manajemen*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), h. 195

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kedua adalah mengklasifikasikan tujuan berdasarkan prioritas. langkah ketiga adalah mempertimbangkan berbagai alternatif dan memilih alternatif yang terbaik untuk dilaksanakan.³⁵

Dalam hal ini keputusan seorang konsumen tidak selalu dalam bentuk keputusan untuk membeli, melainkan juga keputusan untuk menunda pembelian atau tidak sama sekali membeli. keputusan yang menentuka konsumen dalam pembelian atau penggunaan produk antara ya atau tidak.

Proses pengambilan keputusan dalam islam juga ditekankan pada keadilan, sebagaimana yang diterangkan dalam surah Al-Imran ayat 159, yang artinya “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.”

2. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan melalui lima tahapan sebagai berikut:³⁶

- a. Pengenalan masalah Pada tahap ini konsumen mengenali dan merasakan adanya suatu masalah kebutuhan. Kebutuhan dapat dicetuskan oleh rangsangan internal dan eksternal.

³⁵ Amin Widjaja Tunggal. Internal Auditting (suatu pengantar). (Jakarta: Harvarindo, 2002), h. 203

³⁶ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. (Jakarta: PT. Indeks, 2016), h. 184-190

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Pencarian informasi Jika konsumen sudah merasakan adanya suatu masalah kebutuhan, maka konsumen akan mencari lebih banyak informasi tentang suatu produk yang akan memuaskannya.
 - c. Evaluasi alternatif Konsumen menggunakan informasi yang telah didapat untuk mengevaluasi produk yang akan dibeli.
 - d. Keputusan pembelian Konsumen membeli produk dengan mengacu pada informasi yang diperoleh.
 - e. Perilaku pasca pembelian Konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli produk berdasarkan rasa puas atau tidak puas.
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee
- a. Harga
Secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Philip Kotler dan Gary Armstrong mengatakan harga sebagai sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.³⁷
 - b. Promosi
Menurut kotler merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan antar perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknyadan

³⁷ Fandy Tjiptono Strategi Pemasaran. (Yogyakarta: Andi, 2008), h. 95

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk meyakinkan konsumen sasaran agar membelinya. promosi merupakan semua kegiatan yang ditunjukkan untuk memacu tingkat permintaan terhadap produk yang dipasarkan dengan komunikasi antara produsen dan konsumen. Komunikasi pemasaran perlu dilakukan guna memberitahukan produk apa yang akan dipasarkan. Promosi bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembelian produk barang atau jasa.³⁸

c. Brand Image

Menurut kotler mendefinisikan brand image sebagai seperangkat keyakinan ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sesuatu merek, karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat. untuk menarik perhatian konsumen dalam pembelian sebuah produk. sedangkan, schiffman dan kanuk mengatakan bahwa citra merek yang berbeda dan unik merupakan hal yang paling penting karena produk semakin kompleks dan pasar semakin penuh, sehingga konsumen akan semakin bergantung pada citra merek daripada atribut merek yang sebenarnya untuk mengambil keputusan pembeli.

Dengan demikian ketiga komponen ini menjadi salah satu unsur dari pembelian atau penggunaan jasa transportasi secara *online* dimana dalam satu produk baik barang maupun jasa diciptakan adanya harga untuk mengambil keuntungan atas jasa yang disediakan, promosi untuk menarik perhatian

³⁸ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *op.cit.*, h 184-190



konsumen agar menggunakan produk tersebut dan brand image ini bertujuan untuk menjaga popularitas produk agar konsumen tetap bisa menggunakannya dan bertahan dalam keputusan pembeliannya

4. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dalam Islam dikenal dengan kata khiyar. Ini berarti menemukan yang terbaik dari dua opsi, apakah akan melanjutkan atau membatalkan penjualan. Secara lughah (bahasa), khiyar berarti memilih, menyisihkan, atau menyaring. Secara linguistik, kata khiyar berasal dari kata khair yang berarti baik.

Khiyar artinya memilih dan menentukan yang terbaik dari dua hal atau lebih yang digunakan sebagai pegangan dan pilihan dalam arti bahasa. Dalam proses apapun, Allah SWT melarang orang-orang tersebut untuk melakukan kegiatan merugi dan membeli. Seseorang harus dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, dan antara yang baik dan yang jahat. Sebagaimana dijelaskan dalam surat Al-Maidah ayat 100 :

فَلَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: "Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah. Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan." (Al-Maidah: 100).

Hak khiyar ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata seperti konsumsi, agar tidak dirugikan dalam

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

transaksi yang mereka lakukan, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya. Tujuan diadakan khiyar orang yang berjualbeli dapat memikirkan kemaslahatan masing-masing lebih jauh, supaya tidak akan terjadi penyesalan di kemudian hari karena merasa tertipu.³⁹

Jadi, hak khiyar itu ditetapkan dalam Islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-pihak yang melakukan jual-beli. Dari satu segi memang khiyar (opsi) ini tidak praktis karena mengandung arti ketidakpastian suatu transaksi, khiyar ini yaitu jalan terbaik.

Dalam islam sendiri dalam melakukan keputusan pembelian produk diwajibkan untuk melakukan pembelian pada produk yang sudah terjamin halal dan toyyibah (baik, bersih, dan suci) dari bahan yang dikandung, pengolahannya harus baik, serta aman untuk dikonsumsi. Seperti yang terkandung dalam Al-qur'an surah Al-Baqarah ayat 168 dimana dalam memutuskan melakukan pembelian atau menggunakan produk harus pada konsumsi produk terjamin halal, baik, dan suci agar membawa manfaat.

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

Artinya: *“Wahai 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”* (Al-Baqarah ayat 168)

E. Kualitas Informasi

³⁹ Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam persepektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2006), h.3.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsumen yang telah terkait mungkin akan mencari lebih banyak informasi. Apabila dorongan konsumen begitu kuat dan produk yang memuaskan berada dalam jangkauan, konsumen kemungkinan besar akan membelinya. Namun jika produk yang diinginkan berada jauh dari jangkauan, walaupun konsumen mempunyai dorongan yang kuat, konsumen mungkin akan menyimpan kebutuhannya dalam ingatan atau mencari informasi. Pencarian informasi (*information search*) merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen telah terikat untuk mencari lebih banyak informasi.

Dalam hal ini, konsumen mungkin hanya akan meningkatkan perhatian atau aktif mencari informasi. Konsep dapat memperoleh informasi dari sumber mana pun, misalnya:

- a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- b. Sumber komersial: iklan, wiraniaga, dealer, kemasan, pajangan.
- c. Sumber publik: media massa, organisasi penilai pelanggan.
- d. Sumber pengalaman: menangani, memeriksa, dan menggunakan produk.⁴⁰

Sutabri menyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk *online* adalah kualitas informasi dari *online*. Informasi adalah salah satu bahan pengambilan keputusan. Kualitas dari satu informasi tergantung dari tiga hal yaitu informasi harus akurat, tepat waktu dan relevan. Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus mencerminkan maksud dari informasi tersebut, informasi tepat waktu artinya informasi yang datang bagi konsumen tidak boleh terlambat atau usang sedangkan

⁴⁰ Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2013) h 102

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi relevan artinya informasi tersebut mempunyai manfaat bagi penerimanya. Jadi, sangat penting adanya informasi yang lengkap mengenai produk yang diperjualbelikan secara *online* dan mudah dipahami oleh para konsumen.⁴¹

Informasi adalah fakta atau apapun yang dapat digunakan sebagai input dalam menghasilkan informasi. Sedangkan data merupakan bahan mentah, data merupakan input yang setelah diolah berubah bentuknya menjadi output yang disebut informasi. Informasi ialah sejumlah data yang telah diolah melalui pengolahan data dalam rangka menguji tingkat kebenarannya dan ketercapaiannya sesuai dengan kebutuhan. Ada tiga hal penting yang harus diperhatikan dari informasi yaitu:

- a. Informasi merupakan hasil pengolahan data.
- b. Memberikan makna
- c. Berguna dan bermanfaat.⁴²

Naomi menyatakan bahwa kualitas informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. Konsep ini dikaitkan dengan konsep produk informasi yang menggunakan data sebagai masukan dan informasi didefinisikan sebagai data yang telah diolah sehingga memberikan makna bagi penerima informasi.⁴³

⁴¹ Tata Sutabri, Op cit h 79

⁴² Idfa Rosidah. *Pengaruh Kualitas Informasi, Religiusitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Jual Beli Online Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Iain Ponorogo*. (Skripsi. Jurusan Muamalah. Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo., 2018)

⁴³ Ibid

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas informasi didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan oleh website. Untuk memuaskan kebutuhan konsumen *online* akan informasi, maka informasi produk dan jasa harus up-to-date, untuk membantu pembeli *online* dalam membuat keputusan. Informasi adalah salah satu bahan pengambilan keputusan. Kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal, yaitu informasi harus akurat, tepat waktu dan relevan. Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus mencerminkan maksud dari informasi tersebut, informasi tepat waktu artinya informasi yang datang bagi konsumen tidak boleh terlambat atau usang sedangkan informasi relevan artinya informasi tersebut mempunyai manfaat bagi penerimanya. Jadi, sangat penting adanya informasi yang lengkap mengenai produk yang diperjualbelikan secara *online* dan mudah dipahami oleh para konsumen.

1. Indikator Kualitas Informasi

Berdasarkan indikator-indikator kualitas informasi yang pernah dikemukakan, maka dipilihnya indikator menurut Naomi yaitu Kualitas informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. Konsep ini dikaitkan dengan konsep produk informasi yang menggunakan data sebagai masukan dan informasi didefinisikan sebagai data

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah diolah sehingga memberikan makna bagi penerima informasi. McLeod mengatakan suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri :⁴⁴

- a. Akurat, artinya informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Pengujian terhadap hal ini biasanya dilakukan oleh dua orang atau lebih yang berbeda dan apabila hasil pengujian tersebut menghasilkan hasil yang sama maka dianggap data tersebut akurat.
 - b. Tepat waktu, artinya informasi itu harus tersedia atau ada pada saat informasi tersebut diperlukan, tidak besok atau tidak beberapa lagi.
 - c. Relevan, artinya informasi yang diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan. Kalau kebutuhan informasi ini untuk suatu organisasi maka informasi tersebut harus sesuai dengan kebutuhan informasi di berbagai tingkatan atau bagian yang ada dalam organisasi tersebut.
 - d. Lengkap, artinya informasi harus diberikan secara lengkap. Misalnya informasi tentang penjualan yang tidak ada bulannya atau tidak ada faktornya.
 - e. Informasi yang disajikan pada *online shop*
2. Faktor Kualitas Informasi sebaiknya mencakup informasi berkaitan dengan produk dan jasa yang ada pada *online shopping*. Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Untuk memuaskan kebutuhan informasi konsumen/pembeli *online*, informasi produk dan jasa harus up-to-date, membantu pembeli *online* dalam membuat keputusan, konsisten, dan mudah dipahami.

⁴⁴ Deni Darmawan dan Kunkun Nur Fauzi. *Op Cit.* h 58

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Kualitas Informasi

Menurut Aimsyah, informasi merupakan alat bantu untuk mengurangi ketidakpastian. Semakin besar bantuannya untuk mengurangi ketidakpastian maka akan semakin besar pula nilainya.⁴⁵ Kemudian nilai dari informasi itu sendiri ditentukan oleh lima indikator, yaitu: Ketelitian (accuracy), Ketepatan waktu (timeliness), Kelengkapan (complete), Keringkasan (conciseness) dan Kesesuaian (relevancy)

Definisi akurasi atau akurasi hubungan antara informasi atau fakta yang benar dan jumlah total informasi yang tersedia yang perbandingannya muncul dari pemrosesan data tertentu. Informasi yang akurat, ditambah dengan keputusan pembelian *online*, memungkinkan konsumen untuk memilih barang yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini dikarenakan produk yang dipesan dapat dijadikan sebagai acuan dalam memilih barang, dan tidak dapat dilihat secara langsung.

Dalam konteks ajaran agama Islam, menilai kebenaran suatu informasi atau berita atau yang dikenal dengan istilah sifat tabayyun menjadi sesuatu yang penting. Ayat Al-Quran yang masyur membahas kewajiban muslim untuk bertabayyun adalah Al Hujurat ayat 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, jika datang seorang yang fasik kepadamu membawa berita, maka tangguhkanlah (hingga kamu mengetahui kebenarannya) agar tidak menyebabkan kaum berada dalam kebodohan*

⁴⁵ Aimsyah, Z. 2003. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.



(kehancuran) sehingga kamu menyesal terhadap apa yang kamu lakukan”
 (QS.Al- Hujurat:6).

Ayat ini, menurut banyak ulama, turun menyangkut kasus al-Walid bin Uqbah yang ditugaskan Nabi Muhammad Saw. menuju ke Bani al-Musthalag untuk memungut zakat namun kemudian al-Walid yang diutus mengira Bani al-Musthalag akan menyerang Nabi Muhammad. Setelah Nabi Muhammad SAW mendengar hal tersebut Nabi Muhammad mengirimkan utusan untuk menyelidiki kebenaran dan tidak mengambil langkah menyerang sebelum persoalannya jelas. Setelah diselidiki ternyata justru Bani al- Musthalag ingin menyambut kedatangan utusan Nabi Muhammad SAW bukan ingin menyerang. Nabi Muhammad SAW melarang kita untuk menyampaikan setiap kabar yang kita dengar sampai kita periksa dahulu, beliau bersabda yang artinya:

“Cukuplah bagi seseorang Kedustaan, ia menyampaikan seluruh apa yang ia dengar..” [HR.Muslim: 1/10, no.5].

Kisah ini menunjukkan, melalui sabda Allah SWT dan sabda Nabi Muhammad SAW, bahwa umat Islam diajarkan untuk mengecek berita setiap kali menerima informasi. Apalagi jika informasi tersebut tidak benar atau berasal dari sumber yang diketahui tidak jelas.

Ketepatan waktu bukan berarti informasi mana yang ketinggalan zaman atau baru, tetapi informasi mana yang paling mendesak. Sekalipun informasi yang tersedia benar, nilainya tidak penting jika Anda tahu terlambat. Karena hubungannya dengan pembelian *online* memiliki informasi mengenai persediaan produk yang dipesan oleh konsumen, maka toko yang aktif menjawab pertanyaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari konsumen dapat memberikan informasi yang berharga karena selalu up-to-date.⁴⁶

Kelengkapan informasi diperlukan dalam proses pengambilan keputusan agar keputusan yang diambil memiliki kualitas yang tinggi. Informasi yang tidak lengkap yang diberikan dapat menunda proses pengambilan keputusan. Penjual yang memberikan informasi yang tidak lengkap terkait pembelian dan penjualan *online* dapat kehilangan calon pelanggan karena konsumen cenderung memilih produk yang jelas untuk meminimalkan risiko.⁴⁷

Sebuah informasi memang harus lengkap demi menunjang proses pengambilan keputusan, akantetapi jika terlalu panjang atau terlalu bertele-tele dapat memperumit proses pengambilan keputusan dengan membanjiri dan membingungkan informasi rinci. Informasi yang lengkap dan ringkas bernilai tinggi.⁴⁸ Informasi yang disajikan harus sesuai dengan konteks yang dibahas. Misalnya, informasi tentang produk ponsel juga membutuhkan spesifikasi yang jelas dan harga yang jelas. Anda tidak perlu memberikan informasi yang tidak tepat agar tidak membingungkan calon konsumen.⁴⁹

Dalam Islam, terdapat larangan mengenai perdagangan yang mengandung unsur ketidakjelasan atau gharar. Oleh sebab itu, jika informasi yang diberikan dalam platform *online* tidak dapat memberikan kejelasan mengenai transaksi yang akan dilakukan maka transaksi tersebut termasuk dalam transaksi yang dilarang dalam Islam. Adapun larangan tersebut terdapat dalam QS al-Luqman ayat 33 sebagai berikut:

⁴⁶ *Ibid.*, hal. 317

⁴⁷ *Ibid.*, hal. 317-318

⁴⁸ *Ibid.*, hal. 318

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 318

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ وَأَخْشَوْا يَوْمًا لَا يَجْزِي وَالِدٌ عَنْ وَلَدِهِ وَلَا مَوْلُودٌ هُوَ جَارٌ عَنْ وَالِدِهِ شَيْئًا
 إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُم بِاللَّهِ الْغُرُورُ

Artinya : Hai manusia, bertakwalah kepada Tuhanmu dan takutilah suatu hari yang (pada hari itu) seorang bapak tidak dapat menolong anaknya dan seorang anak tidak dapat (pula) menolong bapaknya sedikitpun. Sesungguhnya janji Allah adalah benar, maka janganlah sekali-kali kehidupan dunia memperdayakan kamu, dan jangan (pula) penipu (syaitan) memperdayakan kamu dalam (mentaati) Allah.⁵⁰

Mardani menjelaskan bahwa ketidakjelasan yang termasuk dalam gharar, yaitu: tidak jelas takarannya dan spesifikasi produk yang dijual, tidak jelas bentuk barangnya, dan informasi yang diterima tidak jelas.⁵¹

F. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi “seorang secara utuh” dengan lingkungannya.⁵²

1. Indikator Gaya Hidup

Menurut Sunarto, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut :⁵³

⁵⁰ Departemen Agama RI. . Al-Qur'an dan Terjemahnya Dengan Tansliterasi Arab-Latin. Bandung: Gema Risalah Press.

⁵¹ Mardani, Hukum Bisnis Syariah, (Jakarta: Prenada Media, 2017), hal.42

⁵² Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. Op Cit h 86



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Kegiatan (*Activity*) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b. Minat (*Interest*) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
- c. Opini (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif

2. Dimensi Gaya Hidup

Kwan, et.al menyatakan yang mengembangkan konsep gaya hidup dari

Plummer (1974) terdapat 8 dimensi dari gaya hidup:⁵⁴

⁵³ Muhajirin Dan Kamaluddin. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bima*. Jurnal Akrab Juara Vol 3(3) 2018.

⁵⁴ Indira Cahya Fitriya. *Op cit*

- a. *Working activities*: kegiatan individu terkait pekerjaan yang individu lakukan sehari-hari, seperti, kegiatan terkait tugas dan kegiatan terkait dengan belajar
- b. *Shopping activities*: kegiatan individu terkait pembelajaran yang dilakukan individu dalam menghabiskan waktunya, seperti, kegiatan membandingkan barang ketika berbelanja, memilih model pakaian dan menghabiskan uang.
- c. *Interests related to fashion*: perhatian khusus secara berkelanjutan (minat) individu yang berhubungan dengan fashion, seperti, memperhatikan trend fashion saat ini dan ketertarikan terhadap trend fashion
- d. *Fashion as self representation*: kepercayaan konsumen terhadap pakaian yang dibeli tidak hanya untuk manfaat fungsional, tetapi juga sebagai penanda simbolik dari citra dirinya. Ketertaikan bahwa fashion adalah alat penting untuk mengekspresikan diri dan berpakaian bagus adalah tanda harga diri.
- e. *Interests related to home*: minat individu yang berkaitan dengan rumah, seperti menghabiskan waktu dirumah dan merasa senang ketika berada dirumah
- f. *Interests related to family*: perhatian khusus secara berkelanjutan yang ditunjukkan individu terkait dengan keluarga, seperti menghabiskan waktu dengan keluarga dan mementingkan keluarga.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g. *Opinion about themselves*: pandangan individu mengenai dirinya sendiri, seperti memberikan pendapat mengenai diri sendiri dan mengenal diri sendiri.
- h. *Opinion about products*: pandangan individu mengenai produk, seperti pendapat individu terkait merk, dan pendapat individu terkait.

3. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Gaya Hidup

Gaya hidup menunjukkan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.⁵⁵

Di dunia modern, gaya hidup selalu menentukan sikap, nilai, kelas, dan kelas sosial seseorang. Semuanya selalu terlihat dari luar. Citra yang ditampilkan atau dipantulkan selalu dilihat sebagai definisi dari keberadaan kita. Oleh karena itu, ketika ideologi gaya hidup seperti ini menjadi umum dan normal, imajinologi bukan lagi sekadar wacana. Itu benar-benar ada di sekitar kita dan bahkan lebih dekat dengan sesuatu yang diam-diam kita anut.

Telah menjadi perilaku manusia secara umum untuk lebih boros menghamburkan uang jika mendapat kemudahan ekonomi, seolah-olah kekayaannya tidak berarti jika pemiliknya tidak mempergunakannya untuk keperluan yang lebih besar dan lebih mewah, walaupun kebutuhan-kebutuhan tersebut kurang penting, seperti dijelaskan dalam surat Asy-Syuura ayat 27:

وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ يُنَزِّلُ بِقَدَرٍ مَّا يَشَاءُ إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ

Artinya: “Dan jikalau Allah melapangkan rezeki kepada hamba-hambanya tentulah mereka akan melampaui batas di muka bumi, tetapi Allah

⁵⁵ Kotler, dan Keller.(2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

menurunkan apa yang dikehendaki-Nya dengan ukuran. Sesungguhnya Dia Maha Mengetahui (keadaan) hamba-hamba-Nya lagi Maha Melihat”. (asysyura:27)

Secara global, Al-qur’an telah menjelaskan cara mengelola materi yang artinya mencakup dua hal, “ushul iqtishad”, yaitu husnun nazhari fi’tisabil maal (kecakapan mencari materi) dan husnun nazhari fi sharfihi

fi masharifihi (kecakapan membelanjakan harta pada pos-pos pengeluaran yang tepat). Lihatlah, Allah SWT membuka jalan untuk memperoleh harta melalui cara-cara yang tetap menjaga harga diri dan agama (pekerjaan yang halal). Allah SWT berfirman:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung. (Al-jumu’ah:10)”

Agar tercipta mental yang baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, tengah-tengah, dan tidak boros dalam pengeluaran. Allah SWT berfirman :

قُلْ أَعْيُرَ اللَّهُ اتَّخَذُ وَلِيًّا فَاطِرِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَهُوَ يُطْعِمُ وَلَا يُطْعَمُ قُلْ إِنِّي أُمِرْتُ أَنْ أَكُونَ أَوَّلَ مَنْ أَسْلَمَ وَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Artinya :”Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebun yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan. (al-an'am:14)”

Nabi Muhammad SAW memperingatkan bahwa hidup bermewahmewah meskipun dengan barang-barang yang sifatnya mubah, dapat berpotensi menyeret manusia dalam pemborosan. Ini juga dapat menunjukkan bahwa manusia tersebut tidak memberikan apresiasi yang seharusnya terhadap harta yang merupakan nikmat Allah, sehingga termasuk dalam perilaku yang menyia-nyiakan harta.

Orang dengan gaya hidup dalam Islam yang sebenarnya dijelaskan dalam firman Allah : surat Al-Furqan ayat 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : ”Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. (al-furqan:67)”

Mereka tidak menghambur-hamburkan uang dengan belanja diluar kebutuhannya. Juga bukan orang-orang yang bakhil kepada keluarganya, sehingga kebutuhan bagi keluarganya terpenuhi dan tidak kekurangan. Mereka membelanjakan hartanya secara adil. Dan sebaik-baik urusan adalah yang tengah-tengah, tidak berlebihan ataupun tidak kikir.⁵⁶

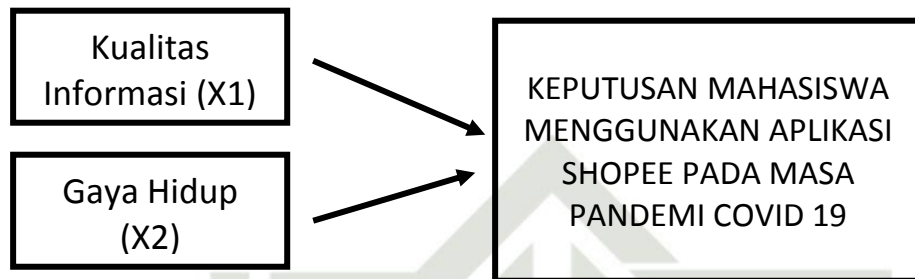
G. Definisi Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur – unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi

⁵⁶ Hammad Ashim bin Mustofa, *Nikmatnya Hidup Sederhana*, <http://msulhan.wordpress.com/2013/02/27/nikmatnya-hidup-sederhana/> (Diakses: 25 Juni 2021).

variabel penelitian. Defenisi variabel (kerangka konseptual) di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Tabel 2.1 Indikator Variabel

Variabel	Definisi variable	Indicator	skala
Kualitas Informasi (X1)	Kualitas informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka.	1. Akurat 2. Tepat waktu 3. Relevan 4. Lengkap ⁵⁷	Skala Likert
Gaya hidup	Gaya hidup adalah	1. Kegiatan (<i>Activity</i>)	Skala

⁵⁷Deni Darmawan dan Kunkun Nur Fauzi. *Sistem Informasi Manajemen*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h.39

(X2)	pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi	2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Opini (<i>Opinion</i>) ⁵⁸	Likert
Keputusan pembelian menggunakan aplikasi shopee (Y)	Keputusan konsumen merupakan proses keputusan menggunakan aplikasi shopee yang terdiri dari lima tahap yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Yang dilakukan oleh	1. Kepuasan jasa secara menyeluruh 2. Merekomendasikan kepada pihak lain 3. Akan menggunakan jasa kembali. ⁵⁹ 4. pengenalan masalah, 5. pencarian informasi, 6. evaluasi berbagai alternatif, 7. keputusan pembelian dan 8. perilaku pasca pembelian. ⁶⁰	Skala Likert

⁵⁸ Dawud Lutfianto, dan Heru Suprihadi. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea*, Jurnal ilmu dan Riset manajemen, Volume 6, No 2, 2017

⁵⁹ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 2

⁶⁰ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. (Jakarta: PT. Indeks, 2016), h. 194

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>konsumenn sebelum sampai pada keputusan menggunakan aplikasi dan selanjutnya pembelian.</p>		
---	--	--	--

Sumber : Olahan Penulis 2021

H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan landasan teori sebelumnya dapat disusun suatu hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan harus dibuktikan secara empiris yaitu:

1. H_01 =Kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19.
 H_{a1} = Kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19.
2. H_02 =Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ha2 = Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19.

3. H03 = Kualitas informasi, dan Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19.

Ha3 = Kualitas informasi, dan Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19.

I. Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu antara lain :

Tabel 2.2
Studi Terdahulu

No	Nama Dan Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kamaludin Muhajirin, (jurnal, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)	Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, teknik	Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa STIE Bima. Hal ini dibuktikan

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Bima, 2018)/ Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja <i>Online</i> (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA)</p>	<p>analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda.</p>	<p>dari nilai t hitung sebesar 5,004 > 1,676 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05)</p>
<p>2</p>	<p>Eni Nur Aeni, (Program Studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019)/ Pengaruh <i>Onlineshop</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam</p>	<p>Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda.</p>	<p>Hanya variable kemudahan dan harga yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, sedangkan variabel kualitas informasi dan kualitas produk tidak berpengaruh</p>
<p>3</p>	<p>Idfa Rosidah, (Fakultas Syariah</p>	<p>Jenis penelitian merupakan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Iain Ponorogo, 2016)/ Pengaruh Kualitas Informasi, Religiusitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Jual Beli <i>Online</i> Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah</p>	<p>penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda.</p>	<p>pengaruh secara parsial antara variabel kualitas informasi dan keputusan pembelian sebesar 24,5%. Ada pengaruh secara parsial antara variabel religiusitas dan keputusan Ada pengaruh secara parsial antara variabel harga dan keputusan pembelian sebesar 17,8%. Ada pengaruh secara simultan antara variabel kualitas informasi, religiusitas dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 44,1%.</p>
<p>4</p>	<p>Lenggang Kurnia Intan Devi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)/ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi</p>	<p>Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan penelitian kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee, hal tersebut dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 83,571</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)</p>		<p>dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi yakni 0,485 yang berarti bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan promosi sebesar 48,5% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.</p>
<p>5</p>	<p>Sri Puji Lestari dan Mustikaningrum Hidayati, (Fakultas ekonomika dan bisnis Universita, 201)/ <i>Online Shop</i> Yang Dilakukan Oleh Mahasiswa Di Kota Semarang Pada Masa Pandemi Covid 19</p>	<p>Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif,</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Di <i>Online Shop</i> yang dilakukan oleh mahasiswa Di Kota Semarang pada masa</p>

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>		<p>Pandemi Covid 19. Sedangkan orientasi belanja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>
---	--	---

Sumber : Olahan Penulis 2021

Setelah peneliti mengamati penelitian sebelumnya, peneliti tidak menemukan penelitian yang secara khusus membahas mengenai Pengaruh Kualitas Informasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19, melainkan terpisah-pisah dan penelitian-penelitian terdahulu dilakukan sebelum pandemic Covid-19 sedangkan fenomena pada masa tersebut sudah berubah ketika pandemic Covid 19 terjadi berikut dengan protocol kesehatannya. Penelitian sebelumnya ada yang membahas mengenai kualitas informasi, gaya hidup dan keputusna pembelian akan tetapi berbeda bahasan variabel dengan penelitian yang penulis angkat. Dan variabel-variabel yang dibahas dengan objek yang berbeda karena bukan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau. Sehingga penulis memilih meneliti dengan judul ini karena perbedaan masalah dan gap antara penelitian sebelumnya karena sedikit sekali refrensi penelitian yang meneliti fenomena belanja *online* melalui Shopee oleh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau dalam sudut pandang ekonomi islam.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kampus UIN SUSKA Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau dalam dan dalam bahasa **جامعة السلطان شريف قاسم الإسلامية الحكومية رياو** bahasa Arab adalah Inggris adalah State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau merupakan hasil pengembangan/ peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang Perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata kerja UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005.

Institut Agama Islam Negeri Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970. Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 19 September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama, Prof. H. Ilhas Muhammad Ali. IAIN Susqa ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dari Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah



Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuluddin Masjid Agung An-Nur Pekanbaru. Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, maka Institut Agama Islam Negeri Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu nama Sulthan Kerajaan Siak Sri Indrapura ke-12 atau terakhir, yang juga nama pejuang nasional asal Riau. Pengambilan nama ini mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk di bidang pendidikan.

IAIN Susqa Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya di bekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN Susqa menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang). Bangunan pertama seluas 840 m² yang terletak di atas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad, pada tanggal 19 Juni 1973.

Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Pebruari 1998. Fakultas ini pada mulanya berasal dari Jurusan Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1997 telah berdiri pula Program Pascasarjana/PPs IAIN SUSQA Pekanbaru.

Keinginan untuk memperluas bidang kajian di IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru muncul melalui Seminar Cendikiawan Muslim (1985), Seminar

Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Budaya Kerja dalam Perspektif Islam (1987), dan dialog ulama serta cendikiawan Propinsi Riau. Tiga tahun berturut-turut (1996, 1997, 1998) melahirkan rekomendasi: Agar IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru membuka program studi baru (umum). Melalui keputusan rapat senat IAIN Susqa tanggal 9 September 1998 yang menetapkan perubahan status IAIN Susqa menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, maka dilakukan persiapan secara bertahap. Mulai pada tahun akademik 1998/1999 telah dibuka beberapa program studi umum pada beberapa fakultas, seperti program studi Psikologi pada Fakultas Tarbiyah, program studi Manajemen dan Manajemen Perusahaan pada Fakultas Syari'ah, dan program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah. Pada tahun akademik 1999/2000 IAIN Suska telah pula membuka Program Studi Teknik Informatika. Satu tahun kemudian, tepatnya tahun akademik 2000/2001, dibuka pula Program Studi Teknik Industri. Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan di bawah administrasi Fakultas Dakwah.

Pada tahun akademik 2002/2003 program studi umum yang ada pada fakultas diatas dan ditambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas Sains dan Teknologi dengan Jurusan/Program Studi Teknik Informatika, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Matematika; Fakultas Psikologi dengan Jurusan/Program Studi Psikologi; Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Program Studi Manajemen, Akuntansi dan Manajemen Perusahaan Diploma III; dan Fakultas Peternakan dengan Program Studi Ilmu Ternak dengan konsentrasi Teknologi Produksi Ternak, Teknologi Hasil Ternak dan Teknologi Pakan dan Nutrisi.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN Suska Riau telah mempunyai 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Peternakan.

Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara intergral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhotomi antara ilmu ke-Islaman dan ilmu umum. Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik semata, seperti melalui pembukaan fakultas-fakultas dan program-program studi baru, tapi juga diarahkan pada pengembangan di bidang fisik, sarana, dan prasarana. Dewasa ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpangbaru Panam Pekanbaru. Lahan kampus di Km 15 Jl. H.R. Soebrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003-2006/17 menjadi 80,50 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik di lahan ini telah dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.760 m² untuk 70 lokal ruang kuliah.

Visi Dan Misi

Belanja *online* kini sudah menjadi suatu kegiatan yang membudaya di Indonesia sejak

Adapun Visi dan Misi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VISI

Visi UIN Suska Riau adalah terwujudnya Universitas Islam Negeri sebagai lembaga Pendidikan tinggi pilihan utama pada tingkat dunia yang mengembangkan ajaran Islam ilmu pengetahuan, teknologi dan seni secara integral pada tahun 2023.

MISI

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas secara akademik dan professional serta memiliki integritas pribadi sebagai sarjana muslim
- b. Menyelenggarakan penelitian and pengkajian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni dengan menggunakan paradig Islami.
- c. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan teknologi dan/seni dengan menggunakan paradig Islami.
- d. Menyelenggarakan tatapamong perguruan tinggi yang otonom, akuntabel dan transparan yang menjamin peningkatan kualitas berkelanjutan.

Karakteristik

- a. Pengembangan paradig ilmu yang memberi penekanan pada rasa iman dan tauhid (belief affection).
- b. Pengembangan berbagai cabang ilmu pengetahuan dengan pendekatan religious sehingga nilai-nilai Islam menjadi roh bagi setiap abang ilmu



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- pengetahuan dengan penerapan prinsip Islam dalam disiplin ilmu (IDI) sebagai upaya ril mewujudkan integrasi ilmu dengan Islam.
- c. Penyelenggaraan beberapa disiplin ilmu untuk mencapai standar kompetensi ilmu-ilmu keIslaman yang memperkuat domain akidah, ibadah, muamalah dan ahklak.
 - d. Pembinaan dan pengembangan lingkungan yang madani sesuai dengan nilai-nilai Islam melalui progam Ma'had 'Al-jami'ah.
 - e. Perwujudan keunggulan akademik dan profesionalisme yang didasarkan pada moral keagamaan dalam kehidupan kampus
 - f. Pengembangan studi Regional Islam Asia Tenggara dan Tamaddun Melayu sebagai pusat keunggulan (center of excellence)

D. Tujuan

- a. Menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia dan menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan serta keunggulan akademik dan/atau professional yang dapat menerapkan, mengembangkan, menciptakan ilmu pengetahuan , teknologi dan/seni yang bernafaskan Islam.
- b. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu agama ilmupengetahuan, teknologi, dan/atau seni serta mengupayakan penggunaanya untuk meningkatkan martabat dan taraf kehdupan masyarakat serta memperkaya kebudayaan nasional.
- c. Menghasilkan karya ilmiah dan karya kreatif yang unggul berkelas dunia.

- d. Menghasilkan kinerja institusi yang efektif untuk menjamin pertumbuhan kualitas pelaksanaan tridarma perguruan tinggi yang berkelanjutan

Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau, maka UIN Suska Riau memiliki 8 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini ada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Namun karena masa pandemic Covid-19 maka peneliti akan menyebarkan kuisioner secara *online* sehingga tetap mematuhi protocol kesehatan Covid 19.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek Penelitian ini adalah Mahasiswa Muslim Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau.
- b. Objek Penelitian ini adalah pengaruh Kualitas informasi dan Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 dan tinjauan fenomena tersebut menurut Ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian ini dipilih sampel atau yang biasa disebut informan Populasi merupakan keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diteliti. Dalam pemilihan populasi, target harus sesuai dengan tujuan riset⁶¹

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau tahun akademik 2020/2021 yaitu sebanyak 1174 mahasiswa.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.⁶² Karena besarnya jumlah populasi, peneliti menggunakan rumus dari Slovin untuk menentukan ukuran sampel dari populasi penelitian, yaitu:

$$n = \frac{n}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

N= Ukuran Populasi

n= Ukuran Sampel

e= Persen Kelonggaran Ketidaktelitian (10%)

⁶¹ Sulianto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2006), h. 96

⁶² Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 162

Bila angka-angka dimasukkan dalam rumus maka akan mewakili sampel yang ada secara representative, besarnya sampel

$$n = \frac{26972}{1 + 26972 (0,1)^2}$$

= 99,6 maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nonprobability sampling, yang kemudian menggunakan metode *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu⁶³. Pertimbangan atau kriteria – kriteria yaitu :

- 1) Mahasiswa Muslim UIN Suska Riau
 - 2) Mahasiswa yang menggunakan Aplikasi Shopee
 - 3) Mahasiswa yang pernah berbelanja menggunakan aplikasi shopee
4. Sumber Data
- a. Data Primer

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014), h

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.⁶⁴ Data primer dalam penelitian ini adalah 100 orang mahasiswa aktif UIN Suska Riau yang menggunakan Shopee dan pernah berbelanja melalui aplikasi Shopee yang diperoleh melalui kuisisioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi⁶⁵. berupa data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen serta literature-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang dikumpulkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁶⁶ Kuisisioner yang akan disebar akan diberikan kepada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau angkatan 2016 yang memenuhi pertimbangan sebagai sampel.
- b. Studi Pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi

⁶⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), cet. 3, h. 102

⁶⁵ Ibid. h. 102

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2014) h

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang diambil dapat berupa file, foto dan lain sebagainya. Selama dalam proses penelitian, peneliti juga mengumpulkan data dari dokumen-dokumen yang berupa dokumen publik maupun dokumen (seperti koran, makalah, laporan kantor) ataupun dokumen private (seperti buku harian, diary, surat, e-mail).

6. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang dijadikan objek penelitian atau yang diteliti.⁶⁷ Adapun yang dijadikan variabel dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang memengaruhi timbulnya variabel dependen.⁶⁸ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah kualitas informasi dan gaya hidup.

b. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi.⁶⁹

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi Covid 19.

7. Pengukuran Variabel

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal model Likert. Pada tiap nomor pertanyaan disediakan lima alternatif jawaban, dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju/ sangat sering diberi bobot 5
- b. Jawaban setuju/ sering diberi bobot 4

⁶⁷ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 68

⁶⁸ Ibid, h. 69

⁶⁹ Ibid. h. 69

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Jawaban kurang setuju/ cukup sering diberi bobot 3
- d. Jawaban tidak setuju/ tidak sering diberi bobot 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju/ sangat tidak sering diberi bobot 1

8. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data yang disajikan, penulis menggunakan metode analisis data kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika (misalnya fungsi multivariat), model statistik, dan ekonometrik. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.⁷⁰

9. Teknik analisis data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.⁷¹ Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dan responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corrected Item to Total Correlation* atau nilai

⁷⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h.

⁷¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), h.52.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

r_{hitung} harus berada diatas 0.3. hal ini dikarenakan jika r_{hitung} lebih kecil dari 0.3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid.⁷²

2) Uji Reliabilitas

Reabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁷³ SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,60.⁷⁴ Metode yang digunakan *Cronbach's Alpha* yaitu metode menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* bila koefisien reliabilitas besar dari 0,6 ($r > 0.6$).

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk

⁷² Sugiyono, *op. cit.*, h.108

⁷³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), h.47.

⁷⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016), h.45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendeteksi apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dari hasil Kolmogorov-Smirnov. Dikatakan memenuhi normalitas jika nilai residual yang dihasilkan lebih besar dari 0,05

2) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW- Test). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika $dU < DW < 4-dU$ maka H_0 diterima dan tidak terjadi masalah autokorelasi.
- b) Jika $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka H_0 ditolak dan terdapat masalah autokorelasi.
- c) Jika $dL < DW < Du$ atau $4-dU < DW < 4-dL$ maka tidak ada keputusan yang pasti.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatanyang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dari tingkat signifikansi dapat digunakan *Uji Glejser*. Jika tingkat signifikansi berada di atas 5% berarti tidak terjadi heteroskedastisitas tetapi jika berada di bawah 5% berarti terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Regresi linear berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas (Ghozali, 2017: 8). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas informasi (X1) dan Gaya hidup (X2) sedangkan variabel terikat adalah keputusan mahasiswa dalam melakukan jual beli *online* (Y). Maka, model regresi linear berganda dapat ditulis dengan persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \text{ atau}$$

Dimana :

Y = keputusan mahasiswa dalam melakukan jual beli *online*

A = konstanta

X₁ = kualitas informasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- X_2 = gaya hidup
 b_1, b_2 = koefisien regresi
 e = variabel pengganggu

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Rumus regresi linear sederhana adalah :

$$\text{Rumus } Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Variabel Dependen (Keputusan pembelian)
 a = Nilai Konstanta
 b = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang di dasarkan variabel X
 X = Variabel independen (Kualitas Informasi dan gaya hidup)

2) Uji Determinasi

Koefisien determinasi adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.⁷⁵

Untuk mengukur kontribusi variabel X terhadap variabel Y digunakan uji koefisien determinasi. Cara menentukan Koefisien Determinasi dengan melihat kolom R², hasil dari analisa data SPSS. Persamaan untuk Koefisien Determinasi sebagai berikut :

$$KD = R \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi

3) Uji Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi dilakukan untuk melihat keberadaan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria derajat hubungan koefisien korelasi adalah seperti tabel 3.1.

Tabel 3.1

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Erat
0,80 – 0,100	Sangat erat

Sumber : Modifikasi penulis 2020⁷⁶

⁷⁵ Ghazali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*, (Jogyakarta: Universitas Diponegoro, 2013), h.97

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0.05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria :

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

UIN SUSKA RIAU

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), h.35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta analisis yang telah dilakukan pada BAB sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (t-test) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi covid 19.
2. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (t-test) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa covid 19.
3. Hasil pengujian hipotesis secara simultan (f-test) menunjukkan bahwa kualitas informasi dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi covid 19, koefisien determinasi diperoleh R square 0,514, hasil ini berarti menunjukkan kontribusi dari kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi covid 19 sebesar 51,4 persen sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yg tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

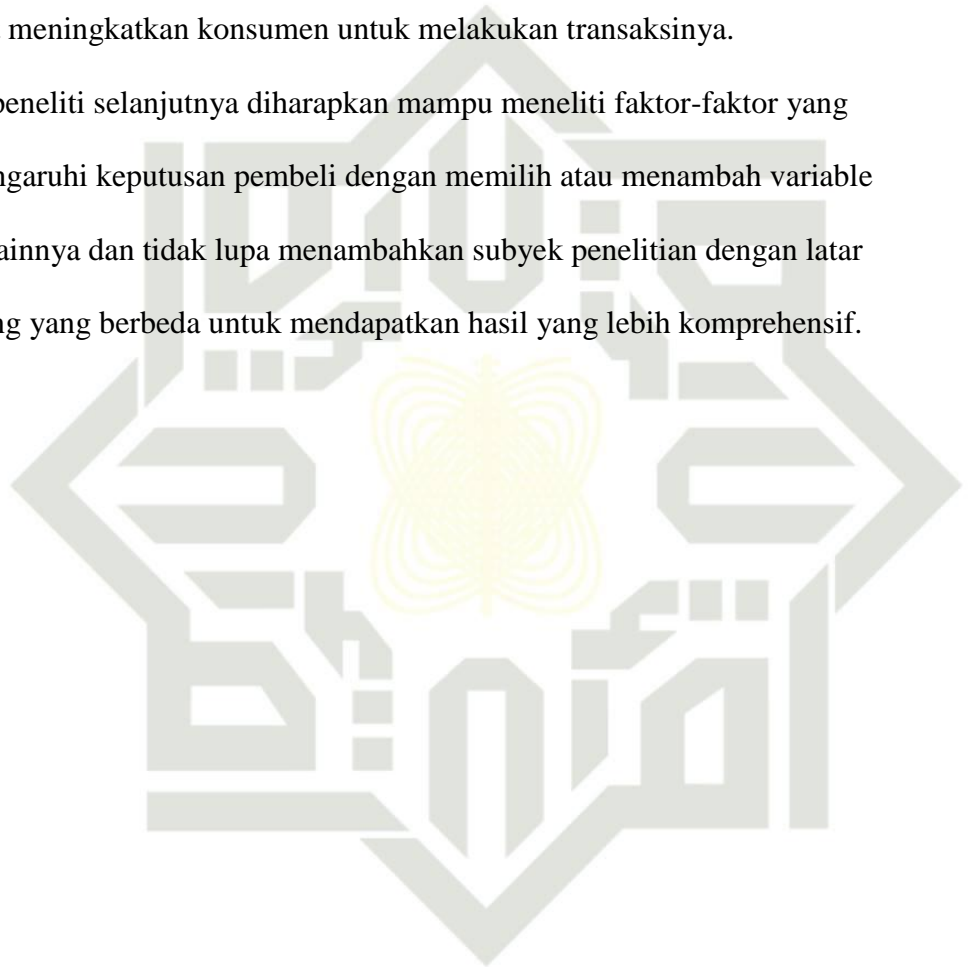
Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat diperoleh saran sebagai berikut:

1. Aplikasi shopee harus lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas informasi yang diberikan kepada konsumen baik dari segi fasilitas

maupun kelengkapan informasi kualitas dan kegunaan dari produk yang dijual diaplikasi tersebut agar dapat meningkatkan keputusan pembeli dalam membeli produk yang ada diaplikasi tersebut.

2. Aplikasi shopee harus membuat tampilan pada aplikasinya semakin mudah digunakan dan dipahami oleh setiap pengguna aplikasinya agar dapat meningkatkan konsumen untuk melakukan transaksinya.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli dengan memilih atau menambah variable bebas lainnya dan tidak lupa menambahkan subyek penelitian dengan latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Aeni, Eni Nur. 2019. *Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Uin Walisongo Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Amsyah, Z. 2003. *Manajemen Sistem Informasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Basu Swasta dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Darmawan, Deni dan Kunkun Nur Fauzi. 2013. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Departemen Agama RI. . *Al-Qur'an dan Terjemahannya Dengan Tansliterasi Arab-Latin*. Bandung: Gema Risalah Press.
- Dermawan, Riski. 2013. *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofi, Konsep Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Enie T. S. & Kurniawan, Saefullah. 2016. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Furria, Tira Nur. 2017. *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 3 (01),STIE-AAS Surakarta p.52-55.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Fitriya, Indira Cahya. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup, Kesenangan Berinternet Dan Susceptibility To Interpersonal Influence Terhadap Pembelian Impulsif Produk Sale- Ecommerce*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Hajar, dkk. 2020. *Panduan Penulisan Skripsi Dan Tugas Akhr*, Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Hammad Ashim bin Mustofa, *Nikmatnya Hidup Sederhana*, <http://msulhan.wordpress.com/2013/02/27/nikmatnya-hidup-sederhana/>

Hasan, Iqbal, 2010. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara,

<https://dailysocial.id/post/shopee>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 19:30 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>. Diakses pada tanggal 15 Januari 2021. Pukul 14:30 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 16 Januari 2021 pukul 19:30 WIB

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 16 Januari 2020 Pukul 19:30 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



<https://katadata.co.id/happyfajrian/digital/5e9a4c4bef9cb/inilah-e-commerce-paling-populer-di-asia-tenggara-menurut-riset-iprice>. Diakses pada 15 Januari 2020 pukul 19:30 WIB

<https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 19:00 WIB.

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/121127/bab1/pengaruh-fitur-chatting-dan-tawar-pada-aplikasi-shopee-terhadapkepuasanpelanggan.pdf>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 18:30 WIB.

<https://telko.id/2030/bedakan-diri-dari-yang-lain-shopee-usung-skemac2c/>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 14:30 WIB.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>. Diakses pada 18 Januari 2021. Pukul 20:00 WIB.

Idam Ghozali, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro

Idam Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro

Idam Ghozali, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kalbuadi, Putra. 2015. *Jual Beli Online Dengan menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS)*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Kotler, dan Keller.(2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga

Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.

Luiffianto, Dawud dan Heru Supriyadi. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea, Jurnal ilmu dan Riset manajemen*, Volume 6, No 2

Mardani. 2017. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenada Media

Mubarak, Jaih dan Hasanudin, Maulana. 2018. *Fikih Mu'amalah Maliyyah Akad Jual-Beli*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media

Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam persepektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2006), h.3.

Muhajirin Dan Kamaluddin. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Bima)* . Yayasan Akrab Pekanbaru , Jurnal Akrab Juara Vol 3(3) p.113-122.

Muhamad, 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers

Muisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta

- Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. *Conid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional p.59-64.
- Prung, Rintho Rante. 2018. *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Rizal, Agus. 2019. *Solusi Dan Strategi Inklusi Keuangan Syariah: Kasus Umkm-Bmt Di Sumatera Utara-Indonesia*. Jurnal Internasional Bisnis dan Manajemen Vol. VII, No. 2. DOI: 10.20472 / BM.2019.7.2.001.
- Rosidah, Idfa. 2018. *Pengaruh Kualitas Informasi, Religiusitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Jual Beli Online Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Iain Ponorogo*. Skripsi. Jurusan Muamalah. Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Stabri, Tata. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Safe'i, Rachmat. 2000. *Fiqih Muamalah*. Bandung. Pustaka Setia.
- Tiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

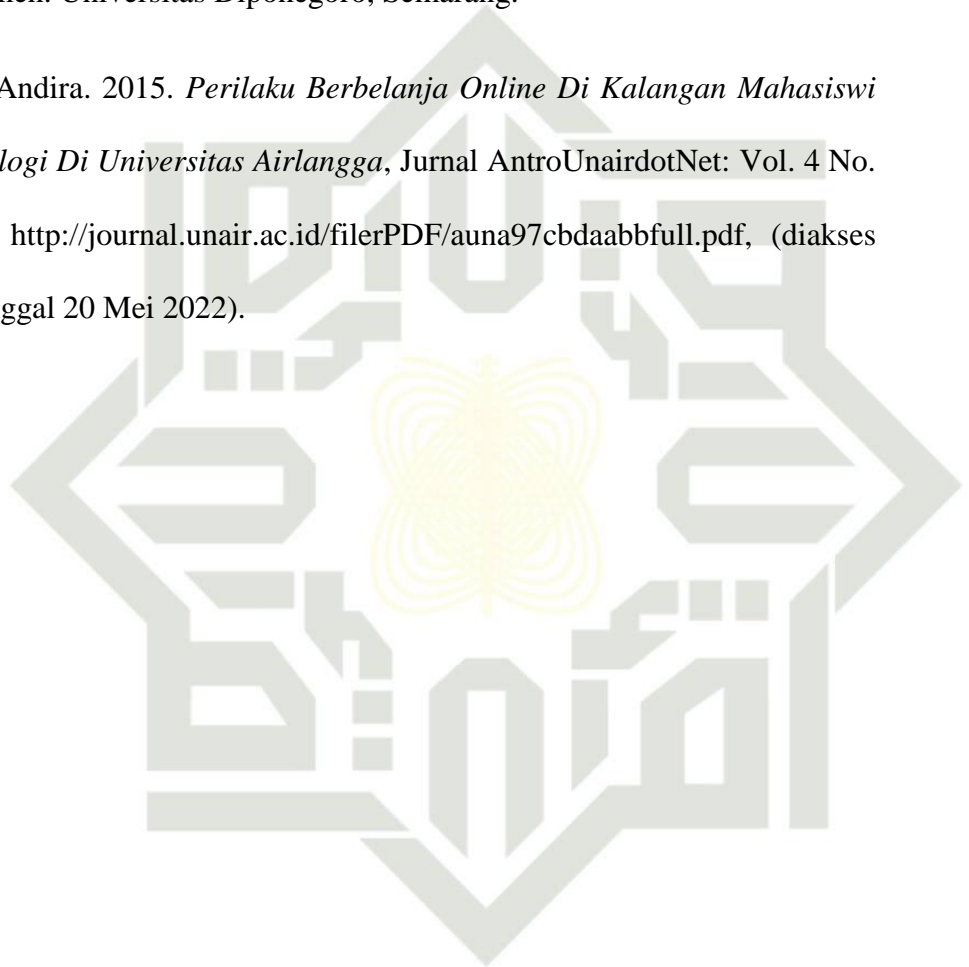
Tunggal, Amin Widjaja. , 2002. *Internal Auditting (suatu pengantar)*. Jakarta : Harvarindo.

Essa, Ingge dan Mujiyana. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Universitas Diponegoro, Semarang.

Seri, Chacha Andira. 2015. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Di Universitas Airlangga*, Jurnal AntroUnairdotNet: Vol. 4 No. 2, h. 3 <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/auna97cbdaabbfull.pdf>, (diakses pada tanggal 20 Mei 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Pelalawan, lulus pada tahun 2013. Setelah itu penulis melanjutkan ke Sekolah Madrasah Aliyah Al Khairat Pelalawan lulus pada tahun 2016.

Kemudian pada tahun 2016 penulis melanjutkan studi dengan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultra Syarif Kasim Riau Melalui jalur Mandiri. Alhamdulillah dengan limpahan Rahmat dari Allah SWT, pada tanggal 06 April 2022 dinyatakan lulus sebagai sarjana dengan judul skripsi “PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID 19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH” dibawah bimbingan Bapak Budi Azwar,S.E,M.Ec dan menamatkan pendidikan S1(Sastra Satu) di UIN SUSKA RIAU, Fakultas Syariah dan Hukum, Jurusan Ekonomi Syariah.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.