



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 *PRICE DISCOUNT* DAN *FUNCTIONAL CONVENIENCE*
TERHADAP PEMBELIAN *IMPULSIF* PENGGUNA
APLIKASI *GOFood* PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Syarat
Guna Memproleh Gelar Sarjana (S.E)
Fakultas Syariah dan Hukum*



DISUSUN OLEH :

**MUHAMMAD MIFTAHURZAK
NIM. 11920511970**

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1444 H / 2023 M

**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 *PRICE DISCOUNT* DAN *FUNCTIONAL CONVENIENCE* TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA APLIKASI *GOFOOD* DITINJAU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH" yang ditulis oleh :

Nama : Muhammad Miftahurrazak

NIM : 11920511970

Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 15 Juni 2023

Pembimbing Skripsi

Pembimbing Materi

Madona Kharunisa, S.E.I, ME.Sy
NIP. 130217028

Pembimbing Metodologi

Muslim, S Ag, SH, M.Hum
NIP. 197205052014111002

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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: (**Pengaruh *Price Discount* dan *Functional Convenience* Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna Aplikasi *Gofood* Perspektif Ekonomi Syaiah**) yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Miftahurrazak
NIM : 11920511970
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 10 Juli 2023
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universtitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Juli 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, SE, MM

Sekretaris
Desi Devrika Devra, SHI.,M.Si

Penguji I
Dr. Rozi Andrini, SE.Sy., ME

Penguji II
Dr. Amrul Muzan, M.Ag



Mengetahui:
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag

NIP. 7410062003011005



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.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Miftahurrazak

NIM : 11920511970

Tempat/ Tgl. Lahir : Tembilahan, 14-03-2001

Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Prodi : Ekonomi Syari'ah

Judul Thesis/Skripsi/Proposal/Karya Ilmiah lainnya*:

“PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN FUNCTIONAL CONVENIENCE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA APLIKASI GOFOOD PADA MAHASISWA EKONOMI SYARIAH UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH.”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Thesis/Skripsi/Proposal/Karya Ilmiah lainnya * 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 Thesis/Skripsi/Proposal/Karya Ilmiah lainnya , *saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Thesis/Skripsi/Proposal /(Karya Ilmiah lainnya)*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, 01-11-2022

uat pernyataan



Muhammad Miftahurrazak

NIM : 11920511970

- pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

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.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah, Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis di beri kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam tak lupa penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad shallallahu „alaihi wasallam, sebagai suri tauladan kita yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan hingga ke alam yang penuh dengan ilmu seperti saat sekarang ini.

Penulisan skripsi dengan judul: “***pengaruh price discount dan functional convenience terhadap pembelian Impulsif pengguna aplikasi Gofood perspektif ekonomi syariah***” berguna untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dorongan, dukungan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya dan sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut andil dalam penyelesaian skripsi ini, di antaranya:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Subli dan Ibu Marnita yang selalu memberikan motivasi, doa dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim beserta jajarannya.

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. Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag, sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Erman, M. Ag, sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, S. Ag, M. Si Sebagai Wakil Dekan II, Dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M. Ag Sebagai Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Muhammad Nurwahid, S. Ag, M. Ag selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku sekretaris Prodi Ekonomi Syariah serta staf Prodi Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Madona Kharunisa, S.E.I, ME.Sy dan Bapak Muslim, S Ag, SH, M.Hum yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya untuk penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak Afdhol Rinaldi, SE,M.Ec selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah membimbing penulis selama menjalani perkuliahan;
8. Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan membantu penulis mengerti apa yang belum penulis mengerti;
9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah terkhusus Ekonomi Syariah E Angkatan 2019 yang menjadi teman belajar dan mengembangkan potensi diri penulis, serta membantu penulis mendapatkan data-data penelitian;
10. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam menyusun skripsi

**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.

ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Doa dan harapan penulis semoga Allah *Subhanahu Wata'ala* membalas budi baik semua pihak dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia maupun di akhirat. *Aamiin ya robbal ,alamiin.*

Demikian skripsi ini di selesaikan dengan semampu penulis, semoga dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, kepada Allah *Subhanahu Wata'ala* penulis menyerahkan diri dan memohon perlindungan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.

Pekanbaru, 25 Juni 2023

Penulis

Muhammad Miftahurrazak
Nim. 11920511970

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.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelilitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A LANDASAN TEORI.....	12
1. Pasar Jasa.....	12
2. <i>Price Discount</i>	13
3. <i>Functional Convenience</i>	15
4. Pembelian <i>Impulsif</i>	23
B Penelitian Terdahulu.....	27
C Kerangka Pemikiran.....	31
D Hipotesis.....	32
E Defenisi Operasional.....	32

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian	36
B.	Lokasi Penelitian	36
C.	Subjek dan Objek Penelitian.....	36
	1. Subjek Penelitian.....	36
	2. Objek Penelitian.....	36
D.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
	1. Populasi.....	37
	2. Sampel.....	38
E.	Sumber Data Penelitian	39
F.	Teknik Pengumpulan Data	40
G.	Metode Analisis Data.....	41
	1. Uji Instrumen Penelitian.....	41
	2. Uji Asumsi Klasik.....	43
H.	Pengujian hipotesis.....	44
	1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
	2. Uji t.....	45
	3. Uji Analisis F.....	45
	4. Koefisien Determinasi.....	46
I.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
	1. Profil Jurusan Ekonomi Syariah.....	46
	2. Visi dan Misi Jurusan Ekonomi Syariah.....	47
	3. Tujuan Jurusan Ekonomi Syariah.....	47

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.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	49
1. Identifikasi Responden.....	49
2. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
3. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	60
4. Uji Asumsi Klasik.....	62
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
6. Uji Hipotesis.....	69
B. Pembahasan.....	72
1. Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i> secara parsial...	72
2. Pengaruh <i>Functional Convenience</i> Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i> secara parsial.....	74
3. Pengaruh <i>Price Discount</i> dan <i>Functional Convenience</i> Terhadap Pembelian <i>Impulsif</i> secara simultan.....	75
4. Analisis pandangan Islam tentang <i>Price Discount, Functional Convenience,</i> dan Pembelian <i>Impulsif</i>	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN.....	82
B. SARAN.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

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 TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2. 2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau Angkatan 2019.....	35
Tabel 3.2 Struktur Organisasi Jurusan Ekonomi Syariah.....	45
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden.....	47
Tabel 4.2 Data kelas responden	47
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya membeli barang apabila diskonnya besar	48
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya tertarik membeli barang saat ada diskon saja.....	49
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya membeli barang apabila produk yg saya ingin beli sedang ada diskon.....	49
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Aplikasi <i>Gofood</i> sangat jelas.....	50
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Aplikasi <i>Gofood</i> mudah digunakan karena ada fitur-fitur yg mendukung.....	50
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Aplikasi <i>Gofood</i> mudah digunakan.....	51
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Fitur <i>Gofood</i> dapat membantu mencari makanan.....	51
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya merasa senang ketika berbelanja menggunakan aplikasi <i>Gofood</i>	52
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya merasa nyaman ketika berbelanja menggunakan aplikasi <i>Gofood</i>	52
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya merasa suka dengan pelayanan yg ada di aplikasi <i>Gofood</i>	53
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya merasa suka dengan pelayanan yg ada di aplikasi <i>Gofood</i>	53

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.

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya tertarik membeli barang saat pertama kali melihatnya.....	54
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya bisa membeli barang tanpa berfikir dahulu.....	54
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya bisa membeli barang mendadak.....	55
Tabel 4.17 Descriptive Statistics.....	56
Tabel 4.18 Uji Validitas.....	58
Tabel 4.19 Uji Reabilitas.....	69
Tabel 4.20 Uji Normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	62
Tabel 4.21 Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.22 uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser.....	65
Tabel 4.23 Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4.24 Uji T parsial.....	69
Tabel 4.25 Uji f simultan.....	70
Tabel 4.26 Uji Koefisien Determinasi.....	71

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 Persentase Pengguna Internet yang Pakai Aplikasi Pesan-Antar Makanan (2020)	2
Gambar 1.2 Tingkat Keunggulan Layanan <i>Gofood</i> , <i>GrabFood</i> , dan <i>ShopeeFood</i> menurut Responden (Januari 2022)	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Uji normalitas dengan normalitas histogram	60
Gambar 4.2 Uji normalitas dengan normal probabiliti plot.....	61
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot	65

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 1

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dunia online dan teknologi informasi saat ini sudah maju dengan pesat. Internet sudah dapat diakses oleh seluruh orang di dunia yang memudahkan untuk mencari dan mengetahui informasi. Sesuai dengan perkembangan zaman saat ini yang serba menggunakan perangkat mobile, semua aktivitas jual beli dapat dilakukan dengan mudah.

Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun. Karena melihat situasi seperti sekarang ini sudah banyak masyarakat yang menginginkan sesuatu hal yang praktis. Hal ini ditandai dengan kebutuhan serta keinginan masyarakat yang menginginkan segala sesuatu secara cepat dan mudah, sehingga dari situasi ini perusahaan bisa dengan cepat memanfaatkan peluang yang ada.

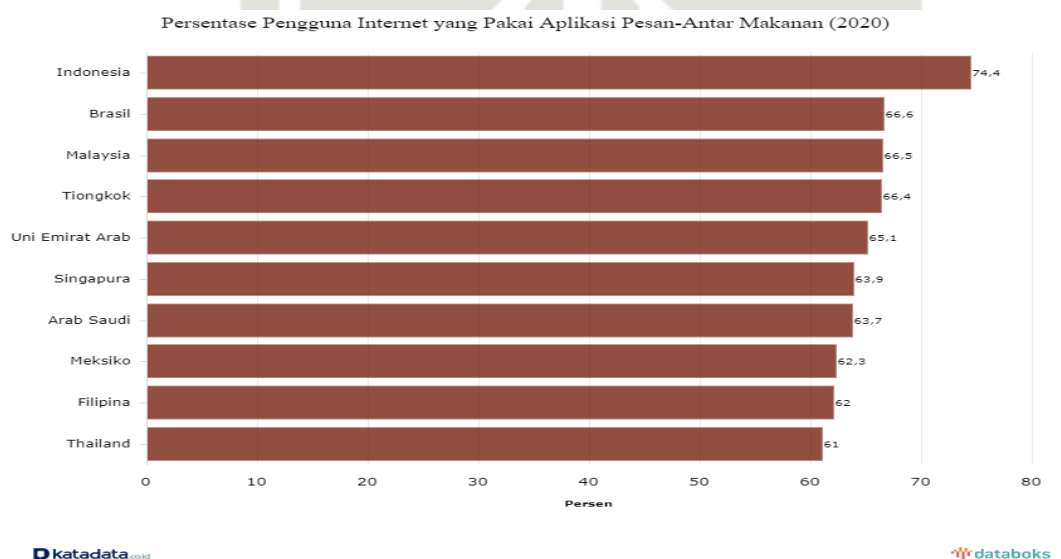
Saat ini marak bermunculan bisnis berbasis aplikasi di Indonesia salah satunya yaitu bisnis jasa transportasi online yang tentunya memiliki beragam inovasi yang variatif. Bentuk inovasi yang bisa dilihat hingga detik ini adalah jasa pelayanan pengantar makanan secara online yang disediakan khusus untuk masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dan keinginannya secara cepat dan instan, salah satunya melalui *Gofood*. pesan-antar makanan secara online atau online *food delivery* merupakan salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi digital dan penggerak perekonomian di tengah masyarakat.

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.

layanan *online food delivery* (OFD) telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian masyarakat. Mayoritas konsumen menggunakan OFD untuk mendukung produktivitas, menjelajahi tren kuliner terbaru dan bersosialisasi.

Gambar 1.1
Persentase Pengguna Internet yang Pakai Aplikasi Pesan-Antar Makanan (2020)



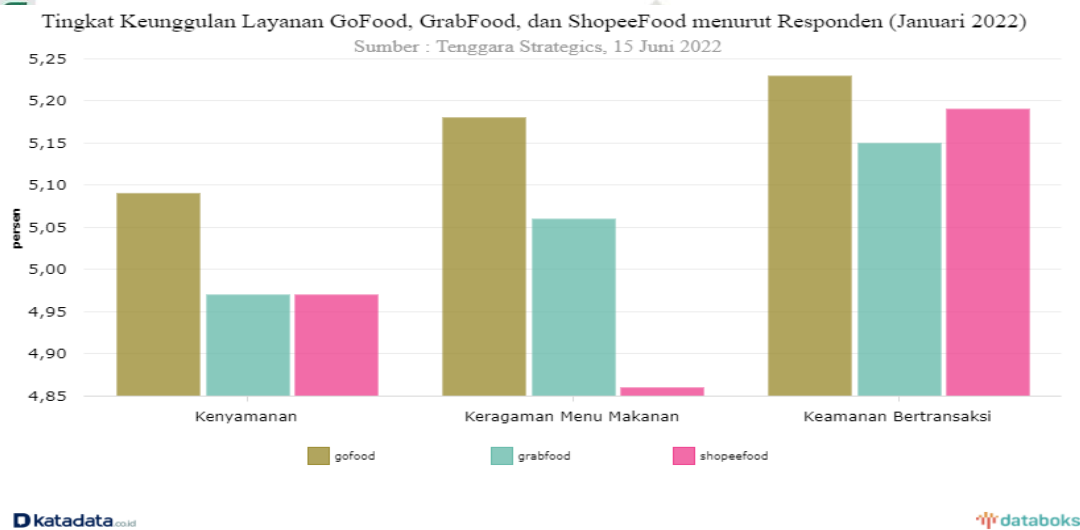
Gambar tersebut menunjukkan bahwa berdasarkan hasil survei We Are Social mencatat sebanyak 74,4% pengguna internet di Indonesia menggunakan aplikasi pesan-antar makanan dalam satu bulan terakhir. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia. Brasil menyusul di urutan kedua dengan 66,6% pengguna internet yang memakai aplikasi pesan-antar makanan dalam satu bulan terakhir. Setelahnya ada Malaysia, Tiongkok, dan Uni Emirat Arab yang masing-masing sebesar 66,5%, 66,4%, dan 65,1%. Adapun, penggunaan aplikasi pesan-antar makanan secara global

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.

rata-rata sebesar 55,5%. Masih banyak negara yang persentasenya di bawah rerata tersebut. Salah satunya Jepang yang hanya sebesar 15,9%.¹

Gambar 1.2
Tingkat Keunggulan Layanan *Gofood*, *GrabFood*, dan *ShopeeFood* menurut Responden (Januari 2022)



Menurut hasil survei Tenggara Strategic, layanan pesan antar makanan milik *Gojek*, yaitu *Gofood*, dinilai paling unggul oleh konsumen di Indonesia. survei ini menanyakan pendapat responden tentang kualitas layanan pesan-antar makanan dari tiga aspek, yaitu kenyamanan, keragaman menu, serta keamanan dalam bertransaksi. Dari segi kenyamanan *Gofood* mendapat skor tertinggi, yaitu 5,09%. Sedangkan *GrabFood* dan *ShopeeFood* masing-masing memiliki skor 4,97%. Kemudian dari segi keragaman menu *Gofood* unggul dengan skor 5,18%. Sedangkan *GrabFood* 5,06% dan *ShopeeFood* 4,86%. Dari segi keamanan bertransaksi

¹We Are Social, artikel dari <https://penggunaan-aplikasi-pesan-antar-makanan-indonesia-tertinggi-di-dunia>. Diakses pada 05 oktober 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.

Gofood juga unggul dengan skor 5,23%. Sedangkan *ShopeeFood* 5,19% dan *GrabFood* 5,15%.

Survei ini juga menemukan bahwa *Gofood* merupakan layanan pesan-antar makanan yang pertama kali diingat oleh 50% responden. Sedangkan *ShopeeFood* dan *GrabFood* persentasenya 28% dan 22%.²

Diperkuat dengan artikel dari JAKPAT Survey Report berjudul *The Habit of Online Food Delivery (OFD)* mencatat, *Gofood* menjadi pemimpin pasar layanan pesan-antar makanan secara daring karena sebanyak 61% responden menggunakan aplikasi dalam ekosistem GOTO ini di tiga bulan terakhir. Kemudian, penantang kuat GoTo adalah, *ShopeeFood* yang digunakan oleh 55% responden diikuti *GrabFood* (43%) di posisi ketiga dan *TravelokaEats* (7%) menempati urutan keempat.

Beberapa faktor yang menjadi alasan layanan OFD yang paling sering digunakan saat Ini antara lain, pertama, banyak diskon dan promosi dengan persentase mencapai 76%. Kedua, responden familiar dengan aplikasi aplikasinya (55%). Kemudahan metode pembayaran yang tersedia (47%) menjadi faktor ketiga.

Faktor lainnya adalah banyaknya pilihan restoran dan menu (40%), rating aplikasi (36%), kecepatan pengantaran (35%), dan tampilan aplikasi menarik yang mudah digunakan (31%).³

²Tenggara Strategic, artikel dari <https://survei-layanan-Gofood-dinilai-unggul-dari-grabfood-dan-shopeefood>. Diakses pada 06 oktober 2022.

³JAKPAT, artikel dari <https://riset-jakpat-go-food-jadi-online-food-delivery-favorit-meski-tanpa-promo>. Diakses pada 08 oktober 2022.

Berdasarkan hasil survey tersebut dapat disimpulkan bahwa layanan aplikasi pesan antar makanan yang paling populer saat ini adalah aplikasi *Gofood*, serta factor-faktor yang menjadi penyebab banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa layanan pesan antar tersebut adalah banyaknya *diskon* dan *promosi* serta kemudahan metode pembayaran dan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi yang juga disebut *Functional Convenience*. Semakin maraknya toko online ini memunculkan suatu fenomena yang disebut dengan *Impulse Buying*. Masyarakat pada umumnya membeli barang secara reflek dan tidak direncanakan dikarenakan adanya diskon serta kenyamanan dalam menggunakan aplikasi tersebut. kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba, dan otomatis disebut sebagai *Impulse Buying*.⁴

Fenomena perilaku *Impulse Buying* merupakan hal yang biasa dalam kehidupan kita sehari-hari. dengan adanya *Price Discount* konsumen akan berfikir jika akan memperoleh belanja yang lebih banyak dengan jumlah uang yang sedikit. Hal ini lah yang membuat konsumen tanpa sadar melakukan pembelian secara *Impulsif*.

Selain *Price Discount* factor lain yang juga melatar belakangi konsumen melakukan pembelian secara *Impulsif* yaitu *Functional Convenience* (kenyamanan fungsional). Kenyamanan fungsional mengacu pada “penyediaan fungsi yang nyaman bagi pelanggan pengolahan kegiatan transaksi”. definisi ini menyatakan bahwa kenyamanan fungsional mengacu

⁴Dharmmesta, ed., Manajemen Pemasaran: *Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2003), h. 67.

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.

pada karakteristik ketersediaan kenyamanan, seperti kemudahan penggunaan situs dan kemudahan navigasi.

Dengan adanya aplikasi penyedia jasa layanan pesan antar, Konsumen sudah tidak perlu lagi untuk keluar rumah jika ingin belanja sesuatu, hanya dengan bermodalkan smartphone, laptop, ataupun notebook yang menggunakan akses internet dan berbagai macam aplikasi sosial media lainnya. Dalam berbelanja dimedia sosial, kenyamanan dan kepuasan saat berbelanja dimedia sosial dapat menutupi persepsi harga yang ditawarkan serta mengimbangi rasa aman saat berbelanja dimedia sosial.⁵

Pembelian tidak terencana (*Impulsif*) dapat dilakukan melalui kepercayaan terhadap toko online timbul, diawali dengan kenyamanan fungsional dari pengguna situs terhadap toko online karena adanya daya tarik barang dan kemudahan dalam penggunaan kemudian didukung dengan diskon/promosi yang membuat pengguna tertarik untuk menggunakan aplikasi dan berbelanja secara online. Hal tersebut mendorong konsumen untuk menggunakan jasa atau aplikasi tersebut guna memenuhi kebutuhannya yang tanpa sadar dilakukan secara impulsif.

Masalah yang peneliti dijumpai khususnya di kalangan mahasiswa adalah kecenderungan membeli dengan spontan dan tidak direncanakan, karena adanya pengaruh dari diskon dan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi *Gofood*. Mahasiswa pada umumnya sering melakukan transaksi

⁵Saragih dan Ramdhany, " Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus ", *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 8 No. 2 (2012), h.110.

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.

berbelanja online khususnya makanan. Sering dijumpai mahasiswa lebih sering melakukan transaksi menggunakan layanan pesan antar makanan apabila ada diskon dari aplikasi tersebut. Kenyamanan fungsional menjadi faktor lain yang membuat mahasiswa sering menggunakan aplikasi tersebut. Kenyamanan akibat display aplikasi yang menarik serta mudahnya melakukan transaksi menjadi penyebab mahasiswa menggunakan aplikasi *Gofood*.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi keinginannya, semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya : *“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”*. QS. Al-Mulk (67): 15⁶

Namun, manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan.

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفُوۡا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

Artinya : *“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”*. QS. Al-A’raf (7): 31⁷

Islam dalam hal konsumsi melarang bermewah-mewahan dan berlebih-lebihan, tetapi seorang muslim harus memperhatikan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Dalam keadaan tertentu, seseorang terkadang tidak memperhatikan tingkat kebutuhan. Konsumen seringkali menempatkan

⁶ Departemen Agama RI, *AL-QUR’AN HAFALAN MUDAH*, (Bandung: Cordoba,2020), h. 63.

⁷ *Ibid*, h 154.

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.

kebutuhan hajjiah sebagai dharuriyah, tahsiniyah sebagai hajjiah bahkan tahsiniyah sebagai dharuriyah.⁸

Dalam memenuhi kebutuhan atau membeli barang-barang tersebut sering kali masyarakat berbelanja bukan hanya karena kebutuhan semata namun sudah bergeser pada mode atau trend yang terjadi pada masyarakat. Trend yg terjadi pada masyarakat itu salah satunya berbelanja online. Sering kali masyarakat yang mana dalam hal ini adalah mahasiswa berbelanja secara berlebihan, tidak direncanakan dan cenderung tergesa-gesa. Hal tersebut seperti yang terjadi pada mahasiswa. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada beberapa mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2019, mereka mengatakan bahwa sering kali ketika melihat potongan harga pada aplikasi gofood mereka langsung memesan makanan tanpa mempertimbangkan kebutuhan mereka, ditambah karena mudahnya sistem dalam aplikasi *Gofood* membuat mereka sering mengakses aplikasi tersebut. Contohnya yang terjadi pada sandi mahasiswa Ekonomi Syariah kelas B, dia suka memesan makanan pada aplikasi *Gofood* karena ada diskon beli 2 dapat 3. Karena jumlah yang dibeli melebihi kebutuhannya dia sering memberi makanan pada temanya bahkan kadang sampai membuangnya karena sudah basi. Contoh lain juga terjadi pada Susi mahasiswi kelas E, dia suka membeli makanan di aplikasi *Gofood* karena malas untuk keluar kos. Dia menganggap aplikasi tersebut memudahkannya dalam memesan makanan tanpa perlu keluar dari kos.⁹

⁸Cucu Komala, "Perilaku Konsumsi *Impulsif* Buying Perspektif Imam Ghazali", *Jurnal Perspektif*, Vol.2 No.2 Desember 2018, h. 249.

⁹Sandi & Susi, Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019 UIN Suska Riau, *Wawancara*, Pekanbaru 12 Desember 2022.

Price Discount dan *Functional Convenience* dapat berpengaruh terhadap pembelian konsumen secara *Impulsif*. Apabila kenyamanan fungsional seperti kemudahan dalam mengakses aplikasi dan didukung dengan fitur-fitur yang menarik serta ditambah dengan adanya diskon atau potongan harga yang diberikan oleh *Gofood* maka bisa jadi konsumen dapat melakukan pembelian secara *Impulsif*. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti tertarik dan termotivasi untuk meneliti topik tersebut dengan judul **”PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN FUNCTIONAL CONVENIENCE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA APLIKASI GOFOOD PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**.

B. Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka penulis membatasi masalah yang diteliti pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019 UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul **”PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN FUNCTIONAL CONVENIENCE TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PENGGUNA APLIKASI GOFOOD PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah *Price Discount* dan *Functional Convenience* berpengaruh secara parsial terhadap pembelian *Impulsif* pada layanan *Gofood* ?

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.

2. Apakah *Price Discount* dan *Functional Convenience* berpengaruh secara simultan terhadap pembelian *Impulsif* pada layanan *Gofood* ?
3. Bagaimana *Price Discount*, *Functional Convenience*, dan Pembelian *Impulsif* dalam perspektif Ekonomi Syariah ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui apakah *Price Discount* dan *Functional Convenience* berpengaruh secara parsial terhadap pembelian *Impulsif* pada layanan *Gofood*
- b. Untuk mengetahui apakah *Price Discount* dan *Functional Convenience* berpengaruh secara simultan terhadap pembelian *Impulsif* pada layanan *Gofood*.
- c. Untuk mengetahui bagaimana *Price Discount*, *Functional Convenience*, dan Pembelian *Impulsif* dalam perspektif Ekonomi Syariah

2. Manfaat Penelitian

- a. sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum Uin Suska Riau.
- b. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya khazanah, intelektual dan menambah wawasan dan cakrawala berfikir serta sebagai bahan bacaan yang baik bagi penulis maupun bagi mahasiswa.
- c. Sebagai bahan bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi mengenai bagaimana pengaruh etika dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

E. Sistematika Penulisan

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.

Sistematika penyusunan penulisan karya ilmiah ini terdiri dari lima bab adapun secara sistematika adalah sebagai berikut:

Bab satu pendahuluan, pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab dua kajian pustaka, Bab ini akan membahas tentang Teori yang digunakan untuk membahas masalah yang berkaitan dengan penelitian Pasar Jasa, *Price Discount*, *Functional Convenience*, *Pembelian Impulsif*, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis.

Bab tiga metode penelitian, yang memaparkan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data dan Pegujian Hipotesis.

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 II

TINJAUAN PUSTAKA

LANDASAN TEORI

1. Pasar Jasa

Secara bahasa pasar adalah tempat orang berjual beli, Sedangkan jasa adalah perbuatan yang baik atau berguna dan bernilai bagi orang lain, negara, instansi, dan sebagainya.¹⁰ Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Pengertian lain jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.¹¹

Dengan adanya pasar jasa, konsumen tidak perlu lagi kesusahan dalam melakukan aktifitas berbelanja karena adanya kemudahan yang diberikan oleh penyedia jasa tersebut. Kemudahan yang diberikan oleh bisnis daring selain membawa keuntungan untuk produsen juga membawa keuntungan untuk konsumen pada sisi kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi.

2. Price Discount

¹⁰Kemdikbud, KBBI Daring, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/jasa>. Diakses pada 03 Desember 2022

¹¹Ratih Amelia, "Pengaruh Aplikasi *Gofood* Terhadap Peningkatan Penjualan Mochitalk Plaza Medan Fair", *jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6 No. 2 Juni (2019), h. 80.

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. Pengertian *Price Discount*

Price Discount menurut KBBI berarti potongan harga.¹² Potongan harga adalah potongan terhadap harga penjualan yang telah disetujui apabila pembayaran dilakukan dalam jangka waktu yang lebih cepat dari pada jangka waktu kredit atau potongan tunai apabila dilihat dari sudut penjual.¹³

Price Discount, merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal akan suatu produk, yang tertera di label atau kemasan produk tersebut. potongan harga memberikan beberapa keuntungan diantaranya: dapat memicu konsumen untuk membeli dalam jumlah yang banyak, mengantisipasi promosi pesaing, dan mendukung perdagangan dalam jumlah yang lebih besar.¹⁴ Potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya jika potongan harga semakin tinggi akan mempengaruhi tingginya keputusan pembelian.

b. Indikator *Price Discount*

Menurut Sutisna terdapat tiga hal yang menjadi indikator *Price Discount*:¹⁵

- 1) Besarnya potongan harga

¹²kamus. Pada KBBI Daring. Diambil dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kenyamanan> Diakses pada 23 Feb 2023.

¹³Septian Wahyudi, "Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying*", *Jurnal Valuta*, Vol.3 No. 2 (2017), h.280.

¹⁴*Ibid.*

¹⁵Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya (2012), h. 300.

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.

Besarnya ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk di discount. Konsumen memiliki persepsinya sendiri terhadap discount (potongan harga) Bagaimana konsumen memandang harga (tinggi, rendah, dan wajar) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud untuk membeli dan kepuasan membeli. Produk yang diberikan discount (potongan harga) menimbulkan peningkatan persepsi konsumen terhadap penghematan dan nilai yang didapat dari harga awal yang diberikan toko sebelum mendapatkan potongan harga (diskon) yang kemudian akan dibandingkan dengan harga barang setelah mendapatkan potongan harga (diskon).

2) Masa potongan harga

Jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya discount. Umumnya perusahaan tidak memberi *discount* (potongan harga) pada semua produk. Pemberian *discount* (potongan harga) disesuaikan dengan waktu maupun tipe pembelian produknya. Hal ini dilakukan agar pemberian potongan harga (diskon) mendapatkan kesesuaian bagi konsumen,

3) Jenis produk yang mendapatkan potongan harga

Keanekaragaman pilihan pada produk yang diberikan discount. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga (diskon) akan mempengaruhi konsumen dalam minat belinya, terutama produk yang memiliki brand yang telah terkenal akan membuat tingkat

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.

pembelian semakin tinggi, dibandingkan produk yang belum terlalu dikenal oleh konsumen.

Sedangkan Kotler mengemukakan indikator *Price Discount* sebagai berikut:¹⁶

- 1) Produk melimpah
- 2) Adanya persaingan pasar
- 3) Persaingan harga
- 4) Meningkatkan kuantitas pembelian
- 5) Menguntungkan beberapa pelanggan
- 6) Mengunggulkan pasar melalui biaya yang lebih rendah
- 7) Pembelian dalam jumlah besar

Dari beberapa indikator tersebut, penulis memilih menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Sutisna karena indikator tersebut dapat dengan mudah mengukur sejauh mana konsumen tertarik dengan *Price Discount* ketika melakukan pembelian.

c. Faktor – faktor Pemberian Discount

Discount diberikan dengan tujuan tertentu baik hal tersebut menguntungkan bagi perusahaan maupun konsumen. Discount diberikan karena beberapa faktor, yaitu¹⁷ :

- 1) Barang akan segera digantikan oleh model yang lebih baru.

¹⁶Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11, Penerbit : Indeks, Jakarta (2012), h. 327.

¹⁷Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, terj. Benyamin Molan (Jakarta, PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008), h. 104.

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.

- 2) Ada yang tidak beres dengan produk ini sehingga mengalami kesulitan dalam penjualannya.
- 3) Perusahaan mengalami masalah keuangan yang gawat.
- 4) Harga akan turun lebih jauh lagi apabila harus menunggu lebih lama.
- 5) Mutu produk ini oleh perusahaan diturunkan.

Maka dapat disimpulkan bahwa faktor pemberian diskon dikarenakan barang sudah terlalu lama dan akan digantikan dengan model terbaru, stok barang dalam gudang tersedia banyak, serta terjadinya masalah manajemen keuangan dalam perusahaan.

2. *Functional Convenience*

a. Pengertian *Functional Convenience*

Definisi kenyamanan fungsional mengacu pada “penyediaan fungsi yang nyaman bagi pelanggan pengolahan kegiatan transaksi”. *Functional Convenience refers to the availability of convenient characteristics, such as a site’s easy of usage and ease of navigation*¹⁸. Definisi ini menyatakan bahwa kenyamanan fungsional mengacu pada karakteristik ketersediaan kenyamanan, seperti kemudahan penggunaan situs dan kemudahan navigasi.

Menurut KBBI nyaman berarti keadaan nyaman, kesegaran, serta kesejukan.¹⁹ *Functional Convenience* didefinisikan sebagai

¹⁸Winda Noor Nawang Wulan , Suharyati2, dkk, “Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shoppe”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 6, No.1, (2019), h. 59.

¹⁹kamus. Pada KBBI Daring. Diambil dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kenyamanan> diakses pada 23 Feb 2023.

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.

ketersediaan fungsi yang dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen untuk melakukan transaksi secara online. Kebutuhan ini meliputi aspek pengumpulan informasi dan proses pemesanan suatu produk (ordering). Berdasarkan definisi diatas dapat di simpulkan bahwa kenyamanan fungsional berkaitan dengan penyediaan fungsi yang nyaman bagi konsumen dalam situs web untuk mempermudah transaksi, hal ini baik bagi pengumpulan informasi, fase proses order, dan fase proses transaksi pembayaran.

b. Indikator *Functional Convenience*

Functional Convenience (Kenyamanan Fungsional) mencakup *ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *convenience* (kenyamanan).

1) *Ease of use* (Kemudahan dalam Penggunaan)

Putra menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah persepsi pengguna mengenai jumlah usaha yang diperlukan untuk memanfaatkan sistem atau sejauhmana pengguna percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan mudah.²⁰ Persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting yang mempengaruhi penerimaan pengguna dan perilaku penggunaan teknologi informasi. Kemudahan penggunaan ini mempunyai pengaruh yang kuat terhadap niat perilaku adopsi teknologi informasi. Jika suatu teknologi dianggap mudah untuk digunakan,

²⁰Putra, Kadek, 2018. "The Effect of Organizational Culture and Work Discipline on Employees' Performance with Working Satisfaction as Intervening Variables on CV. Yamaha Waja Motor Denpasar", *Ra Journal Of Applied Research*, ISSN: 2394- 6709. DOI:10.31142/rajar/v4i8.08. Volume: 04 Issue: (08 August – 2018), 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.

orang akan memilih untuk melakukannya. Penerapan kemudahan penggunaan dalam konteks penelitian bahwa konsumen percaya belanja melalui internet akan lebih fleksibel saat melakukan pembelian, mudah dalam mempelajari penggunaan website, serta memiliki prosedur yang jelas²¹.

Indikator persepsi kemudahan penggunaan adalah sebagai berikut:²²

- a) Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti.
 - b) Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.
 - c) Sistem mudah digunakan.
 - d) Mudah mengoperasikan sistem dengan apa yang ingin individu kerjakan.
- 2) *convenience use* (kenyamanan penggunaan).

Menurut Davis persepsi kenyamanan adalah dimana individu mempercayai bahwa kegiatan penggunaan sistem menganggap menyenangkan baginya dan menggunakan sebuah system termasuk konsekuensi kinerja yang disebabkan karena penggunaan system. Apabila menggunakan system dirasa menyenangkan maka para

²¹Juniwati, "Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak)", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 1. (2015), h. 142.

²²Rusminah HS1, Hilmiati. "Pengaruh Persepsi Kenyamanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Layanan Gofood", *Jurnal distribusi*, Vol. 9, No. 1 – Maret (2021), h. 89.

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.

pemakai akan termotivasi untuk menggunakannya dan munculnya asumsi persepsi kenyamanan akan berpengaruh positif pada penggunaan sistem.

Menurut Davis ada beberapa indikator-indikator persepsi kenyamanan, yaitu:²³

- a) *Happines*(Kesenangan)
- b) *Joy*(Kenyamanan)
- c) *Fun* (Suka)

c. Factor-faktor kenyamanan fungsional (*Functional Convenience*)

Hal yang menjadi faktor kenyamanan dalam menjalankan fungsi dari suatu aplikasi yaitu:²⁴

1) Kenyamanan Akses (*Access Convenience*)

Kenyamanan akses merupakan aspek paling penting dari kenyamanan lokal, karena apabila konsumen tidak bisa mengakses pengecer, sehingga konsumen tidak mempunyai peluang dalam mendapatkan produk yang mereka inginkan. Selain itu juga, akses terhadap situs web merupakan faktor penting bagi konsumen dalam menentukan kenyamanan belanja. Sehingga, akses yang mudah membantu pengecer memulai awal yang baik dengan konsumen yang sibuk.

²³Yuping Li, "Empirical Study Of Influential Factors Of Online Customers Repurchase Intention", *Jurnal Ibusines*, Nomor 8, (2016), h. 51.

²⁴L.A. Bongso, A. Kristiawan, "Kenyamanan Toko Online Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Online Pada Pengguna Tokopedia", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, Bandung, ISSN 2356-3966 E-ISSN: 2621-2331, h. 115-126.

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.

2) Kenyamanan Pencarian (*Search Convenience*)

kenyamanan pencarian merupakan "kelancaran dan keleluasaan konsumen dalam proses rekognisi untuk menentukan produk yang mau konsumen beli". Internet sudah menyediakan instrumen yang dapat membantu pengecer meningkatkan komunikasi bersama pelanggan potensial dengan memperkuat keandalan penyediaan informasi yang disesuaikan, bisa melalui mempostingnya dalam situs web mereka atau menggunakan iklan berbayar untuk mengarahkan "*traffic*", dalam hal ini menghasilkan buzz dan menyebarkan informasi di media sosial, hal ini dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mendefinisikan koneksi bisnis yang tepat. Maka dengan begitu *search convenience* sangat penting didalam sebuah situs *e-commerce*, selain itu juga mesin pencarian online pengecer harus tersedia untuk memberikan informasi tertulis lengkap tentang produk. Pengecer lebih efisien dalam memungkinkan pelanggan untuk mencari produk. Proses pencarian pelanggan lebih cepat dan mudah melalui pengalaman berbelanja.

3) Kenyamanan Evaluasi (*Evaluation Convenience*)

Menyatakan bahwa tersedianya gambaran produk yang detail tetapi mudah dipahami melalui berbagai fitur presentasi, seperti grafik, video, dan teks di situs web perusahaan merupakan definisi dari kenyamanan evaluasi. Dari dimensi tersebut, membuat

konsumen bisa memahami secara jelas setiap produknya dan bisa membandingkan dengan produk-produk lainnya. Banyak situs belanja yang telah membuat sistem ulasan pelanggan, yang memungkinkan pengunjung baru untuk membaca komentar/ulasan pelanggan lain tentang pengalaman produk mereka sebelum memesan. Sehingga, dengan adanya dimensi ini juga membuat konsumen bisa melakukan diskusi dengan pelanggan lain di internet terkait produk dan layanan yang mereka inginkan.

4) Kenyamanan Perhatian (*Attentiveness Convenience*)

Konsumen online mengharapkan perhatian akan kebutuhan mereka dengan layanan yang dipersonalisasi, sehingga hal ini akan menghemat waktu dan tenaga mereka saat mencari informasi dan membuat pilihan pembelian. Oleh karena itu, untuk menghasilkan kenikmatan berbelanja online, fitur personalisasi online harus bisa memahami informasi dengan cara yang lebih mudah dan lancar. Dengan adanya fenomena tersebut, untuk menyederhanakan proses keputusan pembelian dan memberikan pelayanan yang dipersonalisasi dengan baik, alat bantu keputusan (seperti bot belanja) dan bahkan AI (*Artificial Intelligence*) harus tersedia di pengecer online.

5) Kenyamanan Transaksi (*Transaction Convenience*)

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.

"Kecepatan dan kemudahan konsumen dapat mempengaruhi atau mengubah transaksi", itu merupakan definisi dari kenyamanan transaksi. Karena, hal ini sangat penting jika metode pembayaran online yang sederhana dan nyaman. Oleh karena itu, toko dengan checkout cepat (misalnya pemesanan 1-Klik) dan kebijakan pengembalian yang mudah memiliki pengaruh yang tinggi dalam kenyamanan transaksi. Selain itu, penghambat terbesar untuk berbelanja online adalah kekhawatiran tentang privasi dan bahaya transaksi yang tidak dapat dipercaya. Oleh karena itulah, pelanggan membutuhkan mekanisme pembayaran online yang mudah, aman, dan nyaman untuk alasan ini. Bagi konsumen metode pembayaran yang rumit sering kali menghalangi pembeli online untuk menyelesaikan proses pembelian mereka pada menit terakhir.

6) Kenyamanan Kepemilikan (*Possession Convenience*)

Kenyamanan kepemilikan berkaitan dengan persepsi konsumen tentang pengeluaran waktu dan usaha untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dan merasakan manfaatnya. Selain itu, kenyamanan kepemilikan adalah "sebagai kecepatan dan kemudahan konsumen dapat memperoleh produk yang diinginkan", yang meliputi banyak faktor yang berkaitan dengan perencanaan produksi, seperti "*stoking policy*" dan waktu pengiriman. Sehingga dengan semua itu, konsumen memiliki motivasi utama untuk membeli di

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.

toko, seperti bisa meninggalkan toko dengan barang yang diinginkan.

7) Kenyamanan Pasca-Kepemilikan (*Post-Possession Convenience*)

Dalam beberapa tahun terakhir pentingnya kenyamanan pasca-kepemilikan (kenyamanan setelah pembelian) telah ditekankan, karena tantangan yang dialami konsumen saat mengembalikan barang yang diperoleh melalui. Dengan memiliki pertukaran layanan dan berhubungan “dengan pengeluaran waktu dan tenaga yang dibutuhkan konsumen untuk kembali melakukan koneksi dengan perusahaan setelah membeli produk yang dimaksud” membuat kenyamanan pasca-kepemilikan menjadi penting. Selain itu juga dimensi ini memiliki faktor yang menentukan kenyamanan setelah memiliki suatu produk (juga dikenal sebagai kenyamanan pasca-kepemilikan) adalah catatan/laporan bagi konsumen yang membutuhkan perbaikan, pemeliharaan, atau pertukaran produk. Oleh karena itu dapat diidentifikasi, seperti kendala dalam bertransaksi, keluhkesah pelanggan, “*honoring of a guarantee*”, dan persepsi pelanggan tentang kenyamanan online dapat dipengaruhi oleh produk atau layanan yang buruk.

3. Pembelian *Impulsif*

a. Pengertian Pembelian *Impulsif*

Pembelian tak terencana adalah perilaku pembelian di mana konsumen tidak mempertimbangkan untuk membeli, atau

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.

mempertimbangkan untuk membeli tapi belum memutuskan produk apa yang akan dibeli.²⁵ Masyarakat pada umumnya membeli barang secara reflek dan tidak direncanakan dikarenakan adanya diskon serta kenyamanan dalam menggunakan aplikasi tersebut. kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba, dan otomatis disebut sebagai *Impulse Buying*.²⁶

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pembelian tidak terencana (*Impulse Buying*) adalah pembelian yang dilakukan konsumen yang belum menentukan untuk membeli sebelumnya, sehingga tindakan pembelian dilakukan secara spontan. Keputusan pembelian terjadi karena adanya rangsangan yang diberikan suatu took online untuk mengingatkan konsumen akan apa yang harus dibeli atau karena adanya pengaruh display, promosi dan, didukung dengan kelengkapan jenis dan variasi barang yang tersedia.

b. Indikator Pembelian *Impulsif*

Pembelian *Impulsif* diukur dengan indikator:

- 1) Spontan, konsumen cenderung melakukan keputusan secara spontan;
- 2) Melihat langsung membeli, konsumen cenderung melakukan keputusan dengan segera;

²⁵ Winda Noor Nawang Wulan, *op. cit.*, h. 159.

²⁶ Dharmmesta, ed., *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BEFE, 2003), h. 67.

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.

- 3) Bertindak tanpa berpikir, konsumen cenderung melakukan keputusan tanpa berpikir; dan
- 4) Beli sekarang, konsumen cenderung melakukan keputusan sesukanya.

Menurut Loudon dan Bitta mengemukakan empat tipe pembelian *Impulsif*, yakni: ²⁷

1) *Pure Impulse*

Merupakan tipe pembelian *Impulsif* dimana konsumen membeli tanpa pertimbangan, atau dengan kata lain pembeli tidak membeli dengan pola yang biasa ia lakukan.

2) *Suggestion Impulse*

Merupakan tipe pembelian *Impulsif* dimana konsumen tidak mengetahui mengenai suatu produk, tetapi ketika melihat produk tersebut untuk pertama kali, ia tetap membelinya karena mungkin memerlukannya.

3) *Reminder Impulse*

Merupakan tipe pembelian *Impulsif* dimana konsumen melihat suatu produk dan mengingat bahwa ia membutuhkan produk tersebut dikarenakan persediaan yang berkurang.

4) *Planned Impulse*

²⁷Loudon, D.L, & Bitta, A.J, *Consumer Behavior: Concept and Application* (4th ed) (book), Singapore: McGraw-Hill, (2003), 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.

Merupakan tipe pembelian *Impulsif* dimana konsumen memasuki toko dengan harapan dan intensi untuk melakukan transaksi pembelian berdasarkan harga khusus, kupon, dan kesukaan.

c. Faktor–Faktor yang mempengaruhi Pembelian *Impulsif* (*Impulsif Buying*).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian secara *Impulsif*, yaitu karakteristik produk, karakteristik pemasaran dan karakteristik konsumen yang muncul sehubungan dengan proses pembelian.²⁸

- 1) Karakteristik produk, yaitu memiliki harga yang rendah, sedikit kebutuhan terhadap produk tersebut, siklus kehidupan produknya pendek, ukurannya kecil atau ringan dan mudah disimpan.
- 2) Karakteristik pemasaran. Dalam marketing hal yang mempengaruhi pembelian *Impulsif* adalah : Distribusi massa dan self-service outlet. Ketersediaan informasi secara langsung berhubungan dengan produk yang dipasarkan. Pemasangan iklan, barang yang dipamerkan, websites, penjaga toko, paket-paket, adanya discount, dan sumber yang bebas informasi konsumen menjadi daya tarik tersendiri; posisi barang yang dipamerkan dan lokasi toko yang strategis dapat mempengaruhi pembelian *Impulsif*. Kunjungan ke toko membutuhkan waktu, energi, dan

²⁸ *Ibid.*,

uang, jarak kedekatan dari toko seringkali memberikan pengaruh terhadap konsumen dalam hal pembelian

- 3) Karakteristik konsumen yang mempengaruhi pembelian *Impulsif* meliputi; kepribadian, demografis yang terdiri dari gender, usia, status perkawinan, pekerjaan dan Pendidikan dan yang terakhir adalah karakteristik sosio-ekonomi yang mempengaruhi tingkat pembelian *Impulsif*.

B. Penelitian Terdahulu

Pada bab ini, penulis memasukkan beberapa hasil penelitian terkait *Price Discount* dan *Functional Convenience* terhadap Pembelian *Impulsif*. berikut adalah beberapa penelitian yang terkait dengan hal tersebut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Metodologi	Hasil penelitian
1	Dewi Estari	Pengaruh <i>Price Discount</i> dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Impuls	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dengan format Kausalitas dan Deskriptif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan	Hasil dari penelitian ini adalah <i>Price Discount</i> dan Brand Awareness berpengaruh secara parsial dan

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.

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

Hak Cipta Diindungi 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.

	Buying (2019)	menggunakan regresi linier berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. sampel yang menggunakan total sampel sebesar 100 orang.	signifikan terhadap impuls buying
2	Abidzar Achma dtyar Fazrul Haq San lyan andria ahmi (<i>grabfood</i>) (2020)	Pengaruh potongan harga terhadap pembelian <i>Impulsif</i> pada pengguna aplikasi grab (2020)	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan Analisis verifikatif. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah probability sampling dengan Proposional Simple Random Sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Potongan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian <i>Impulsif</i>

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

Mohamad Adilang Ramadhan, (2021)	Pengaruh <i>Price</i> <i>Discount</i> Terhadap <i>Impuls</i> <i>Buying</i> Pada Platform Aplikasi <i>Tokopedia</i> (2021)	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah non probability sampel yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang	Hasil dari penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pengguna
Adela Rossa & Fatih Ashfath E.,M. S., (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan n, Risiko dan Keamanan	Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari sampel sebanyak 200 responden pengguna SPaylater di Jadetabek. Analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS versi 22.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan pada fitur SPaylater dapat menimbulkan perilaku

© Hak cipta milik 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.

	terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek			impulse buying bagi pengguna SPaylater di Jadetabek. Sedangkan, persepsi risiko tidak berdampak pada perilaku impulse buying pengguna SPaylater di Jadetabek.
Winda Noor Awan Wulanl Suhary osali	Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online <i>Shopee</i> (2019)	5	penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah nonprobability sampling, dengan metode pengambilan sampel purposive sampling	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan Kenyamanan Fungsional berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Pembelian Tidak Terencana . Namun

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.

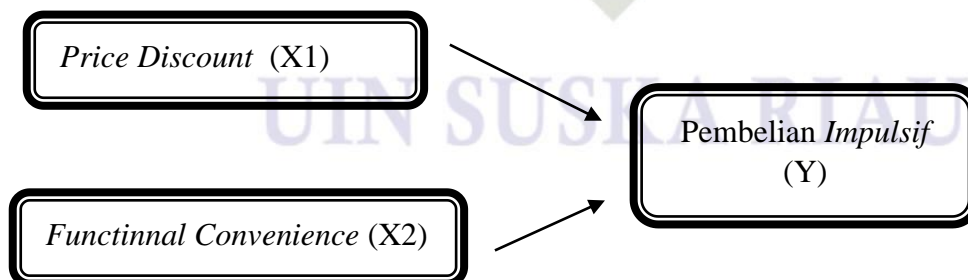
			Kegembiraan Representatif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana pada toko online Shopee
--	--	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu yang penulis temukan tidak terdapat persamaan dengan judul penulis. Terdapat perbedaan mulai dari variable, lokasi penelitian, serta sampel yang penulis gunakan.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti yang disajikan dalam gambar dibawah ini:

Gambar 2. 1
Kerangka Berpikir



Kerangka pikir yang disajikan di atas menjelaskan bahwa *Price Discount* sebagai X1 dan *Functional Convenience* sebagai X2 apakah ada pengaruhnya dengan pembelian *Impulsif* sebagai Y

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.²⁹ Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, sebelum jawaban yang empirik. Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H_a : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Price Discount* dan *Functional Convenience* terhadap Pembelian *Impulsif* pengguna aplikasi *Gofood* pada mahasiswa ekonomi syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Price Discount* dan *Functional Convenience* terhadap Pembelian *Impulsif* pengguna aplikasi *Gofood* pada mahasiswa ekonomi syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Defenisi Operasional

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Cet. Ke23, h. 65.

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.

Peneliti menggunakan definisi operasional dalam pembuatan kuesioner agar memudahkan responden untuk mengisi kuesioner tersebut. Adapun definisi operasional yang peneliti gunakan dirangkum pada table berikut:

Tabel 2.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	<i>Price Discount</i>	<i>Price Discount</i> menurut KBBI berarti potongan harga. Potongan harga adalah potongan terhadap harga penjualan yang telah disetujui apabila pembayaran dilakukan dalam jangka waktu yang lebih cepat dari pada jangka waktu kredit atau potongan tunai apabila dilihat dari sudut penjual	1. Besarnya potongan harga (diskon). 2. Masa potongan harga. 3. Jenis produk yang mendapatkan potongan harga	Likert

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><i>Functiona l Convenien ce</i></p>	<p>Menurut KBBI kenyamanan berarti keadaan nyaman, kesegaran, serta kesejukan. <i>Functional Convenience</i> didefinisikan sebagai ketersediaan fungsi yang dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen untuk melakukan transaksi secara online.</p>	<p><i>ease of use</i> (kemudahan penggunaan)</p> <p>1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti.</p> <p>2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.</p> <p>3. Sistem mudah digunakan.</p> <p>4. Mudah mengoperasikan sistem dengan apa yang ingin individu kerjakan.</p>	<p>Likert</p>
--	--	--	---------------

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

			<p>convenience(kenyamanan).</p> <p>1.Happines(Kesenangan)</p> <p>2.Joy(Kenyamanan)</p> <p>3.Fun (Suka)</p>	
3	Pembelian <i>Impulsif</i>	Pembelian tak terencana adalah perilaku pembelian di mana konsumen tidak mempertimbangkan untuk membeli, atau mempertimbangkan untuk membeli tapi belum memutuskan produk apa yang akan dibeli	<p>1.Spontan.</p> <p>2.Melihat langsung membeli.</p> <p>3.Bertindak tanpa berpikir.</p> <p>4. Beli sekarang.</p>	Likert

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. 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 III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan penelitian yang datanya berbentuk angka-angka bertujuan untuk menjelaskan, memprediksi dan menggambarkan kondisi saat ini serta memeriksa dampak yang mungkin terjadi pada hasil yang didapatkan.³⁰

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Jl. H.R Soebrantas No 155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah sumber utama penelitian yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.³¹ Adapun Subjek penelitian yang dipilih adalah mahasiswa/i pengguna aplikasi *Gofood* di fakultas syariah dan hukum angkatan 2019 UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah apa yang menjadi sasaran peneliti³² Yang dalam penelitian ini adalah “Pengaruh *Price Discount* dan

³⁰Syahrum Dan Salim, *Metodoogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Ciptapustaka Media, 2012.), h.40.

³¹Ahmad Tohardi, *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial = Plus*, (Tanjung Pura University Press, 2019), h. 585.

³²Muh. Fitrah dan Lutfiyah, *Metodelogi Penelitian Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, dan Studi Kasus*,(Jawa Barat: CV Jejak, 2017), h. 156.

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.

Functional Convenience terhadap Pembelian *Impulsif* pada pengguna aplikasi *Gofood* Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau Perspektif Ekonomi Syariah”

D Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji berupa benda, orang, umur, pekerjaan, atau objek lain yang mempunyai karakteristik sama.³³ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau angkatan 2019 yaitu 135 orang.

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau Angkatan 2019

Lokal	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Mahasiswa
A	13	17	30
B	10	12	22
C	15	18	33
D	11	15	26
E	11	13	24
Total			135

Sumber : Fakultas Syariah dan Hukum, 2023

³³ Harinaldi, *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005), h.2.

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.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi dimana sampel dianggap dapat mewakili populasi.³⁴ Dengan mempelajari sampel, peneliti akan dapat menarik kesimpulan yang akan digeneralisasikan terhadap populasi penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.

Adapun rumus slovin yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi yang di ketahui

e = persentase kesalahan yang ditetapkan

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut: Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil. Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari metode slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel adalah sebanyak 135 orang mahasiswa, sehingga presentase kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10% dan hasil dari perhitungan dapat dibulatkan untuk mendapatkan kesesuaian. Maka dalam penelitian ini besarnya sampel adalah :

³⁴Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*.(Bandung: Penerbit Alfabet , 2013), h. 119.

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.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)}$$

$$n = \frac{135}{1 + 135(0,1)}$$

$$n = \frac{135}{2,35}$$

n = 57,4; disesuaikan menjadi 57 responden.

Maka dalam penelitian ini sampel yang di gunakan adalah 57 mahasiwa jurusan ekonomi syariah angkatan 2019 yang diambil secara acak.

E. Sumber Data Penelitian

Penentuan sumber data didasarkan atas jenis data yang telah ditentukan, pada tahapan ini ditentukan sumber data Primer dan Sekunder, terutama pada penelitian yang bersifat normatif yang didasarkan pada sumber atau bahan bacaan.³⁵

Data Primer merupakan data hasil kuisisioner dan pengamatan yang diperoleh dari sumber asli.³⁶ Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah data yang diperoleh dengan kuisisioner dan pengambilan data langsung dari pengguna aplikasi *Gofood*.

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi melalui kepustakaan. Seperti Literatur,

³⁵Cik Hasan Bisri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi (Bidang Ilmu Agama Islam)*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2001),Cet. Ke-3, h. 64.

³⁶Jonatahan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 209.

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.

Skripsi, Jurnal dan artikel.³⁷ Dalam penelitian ini sumber data penelitian yang diperoleh diantaranya dari data-data yang ada, buku-buku, jurnal, skripsi dan yang lainnya yang berkaitan dengan penelitian penulis yang bersifat dokumentasi.

F Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi yaitu teknik yang menurut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitian.³⁸
2. Wawancara (interview) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi langsung.³⁹ Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan tanya jawab langsung kepada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah yang menggunakan aplikasi *Gofood*.
3. Kuesioner (angket) adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau daftar isian terhadap objek yang diteliti.⁴⁰ Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala pengukuran yang berbentuk skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Bentuk jawaban skala likert terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.⁴¹

³⁷Azwar Syaifuudin, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010), h. 91.

³⁸Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 51.

³⁹A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), h 372

⁴⁰*Ibid.*, h. 23.

⁴¹Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), Edisi 1, h. 25.

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. Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁴² Dokumen yang ditunjukkan dalam hal ini adalah segala dokumen yang berhubungan dengan kelembagaan dan administrasi, struktur organisasi dan sebagainya.

Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS. V. 29.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid yaitu apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁴³

Rumus uji validitas:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[n \sum x^2 - (\sum X)^2 - \sum y^2 - (\sum X)^2]}$$

r : Indeks Korelasi Pearson

X : Skor Item

Y : Skor Total

⁴²Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), Cet. Ke-1, h. 219.

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018),

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.

XY : Skor Pernyataan

N : Banyak Sampel

b. Uji reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.⁴⁴

Untuk mencari reliabilitas instrumen yang sekornya bukan 1 dan 0 misalnya angket sebagaimana penelitian yang akan dilakukan, menurut Suharsimis Arikunto dapat menggunakan rumus Alpha sebagaimana berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_t^2} \right)$$

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

k : Banyaknya Butir Pertanyaan Atau Banyaknya Soal

$\sum a_b^2$: Jumlah Varian Butir

a_t^2 : Varian Total

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha >0,006.

⁴⁴ *Ibid.*, h. 122

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.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mendeteksi apakah residualnya berdistribusi normal atau tidak.⁴⁵

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.⁶³ Metode uji multolinearitas yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflantion Factor* (VIF) pada model regresi, jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dapat di simpulkan bahwa suatu model regresi bebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi

⁴⁵Fifin Zuriatul Casvi, ‘‘Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah’’, (Demak: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019), 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.

heteroskedastisitas tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valis sebagai alat penduga (prediksi).⁴⁶

H. Pengujian hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan antara variabel dependen dan beberapa variabel independen.⁴⁷

Menurut Sugiyono untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu *Price Discount* (X1) dan *Functional Convenience* (X2) terhadap Pembelian *Impulsif* (Y) :

$$\text{Rumus : } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y : Variabel Pembelian *Impulsif*

α : Konstanta

X₁ : Variabel Manfaat

X₂ : Variabel Kemudahan Pengguna

β_1 dan β_2 : Koefisien Regresi

e : Error

UIN SUSKA RIAU

⁴⁶Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*, (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2019), h. 76.

⁴⁷Achmad San Supriyanto dan Vivin Maharani, *Metode Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Malang: UIN Maliki press, 2013), h. 70.

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

2. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.⁴⁸ Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Untuk mengetahui apakah hipotesis ditolak atau diterima dengan membandingkan antara nilai dan nilai dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh yang signifikan.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan

3. Uji Analisis F

Uji F atau uji simultan merupakan analisis varia (analysis of variance-ANOVA). Secara teknis uji F digunakan untuk menguji hopotesis gabungan bahwa semua koefisien regresi secara simultan bernilai nol.

Dengan demikian, formulasi hipotesiss uji F adalah $H_0 : \beta_1 = \beta_2 \dots \dots$
 $\dots \beta_1 = 0$, yang berarti semu variabel independen secara bersama – sama tidak mempengaruhi variabel dependen.⁴⁹

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap variabel dependen yaitu Pembelian *Impulsif*.

⁴⁸Mudrajd Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, (Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan, 2011), Edisi 4, h. 105.

⁴⁹Jihad Lukis Paanjawa dan RR Retno Sugiharti, *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis Untuk Sosial-Ekonomi*, (Magelang: Penerbit Pustaka Rumah Cinta, 2020), h. 217.

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. Koefisien Determinasi

Menurut Widarjono Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (good of fit) koefisien determinasi mengukur presentase total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen didalam garis regresi.

Adapun rumus koefisien determinasi adalah :

$$KD = r^2 \times 100\% / r^2 = 1 = \frac{\sum e^2}{\sum y^2}$$

I. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Jurusan Ekonomi Syariah

Perkembangan ilmu Ekonomi Islam yang pesat di Indonesia menuntut Fakultas Syariah untuk membuka jurusan baru. Oleh karena itu, pada tahun akademik 2002/2003 dibukalah Jurusan Ekonomi Islam (EI) Program Studi Ekonomi Perbankan Syariah S1 yang lebih berbasis Syariah yaitu dengan SK Menteri Agama RI No. E/16/1998.⁵⁰

2. Visi dan Misi Jurusan Ekonomi Syariah

- a. Visi

⁵⁰Siasy Fasih, "Sekilas Fakultas Syariah dan Hukum", artikel https://siasy.uin-suska.ac.id/fasih/site/page/view/sekilas_fakultas. Diakses pada 14 Februari 2023.

“Mewujudkan program studi Ekonomi Syariah sebagai program studi unggulan dalam melahirkan sarjana yang profesional di bidang ekonomi syariah di dunia pada tahun 2023”.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran dalam rangka melahirkan sumber daya manusia dalam ilmu ekonomi syariah yang berkualitas.
- 2) Melaksanakan penelitian dan pengkajian untuk mengembangkan ilmu ekonomi dan keuangan syariah yang relevan dengan pembangunan nasional.
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dalam bidang ekonomi dengan paradigma Syariah.
- 4) Menyiapkan Sumber Daya Manusia untuk menunjang Tri Dharma Perguruan Tinggi.

3. Tujuan Jurusan Ekonomi Syariah

- a. Terlaksananya sistem pendidikan dan pengajaran yang mampu mengintegrasikan ilmu ekonomi dalam paradigma Syariah.
- b. Terlaksananya penelitian dan kajian di bidang ekonomi dan keuangan syariah yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional.
- c. Terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat untuk mewujudkan masyarakat yang madani dalam kerangka ekonomi syariah.

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.

- d. Terlaksananya program Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk meningkatkan daya saing Prodi Ekonomi Syariah.⁵¹

Tabel 3.2
Struktur Organisasi Jurusan Ekonomi Syariah

No	Jabatan	Nama Pejabat
1	Ketua Prodi Ekonomi Syariah	Muhammad Nurwahid, M.Ag
2	Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah	Syamsurizal, S.E., M.Sc., Ak., CA

Sumber : Fakultas Syariah dan Hukum, 2023

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.

⁵¹Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, *Panduan dan Informasi Akademik* 2018/2019 UIN Sultan Syarif Kasim Riau, (Pekanbaru : UIN Suska Riau, 2018), h. 51.

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

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis data dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan:

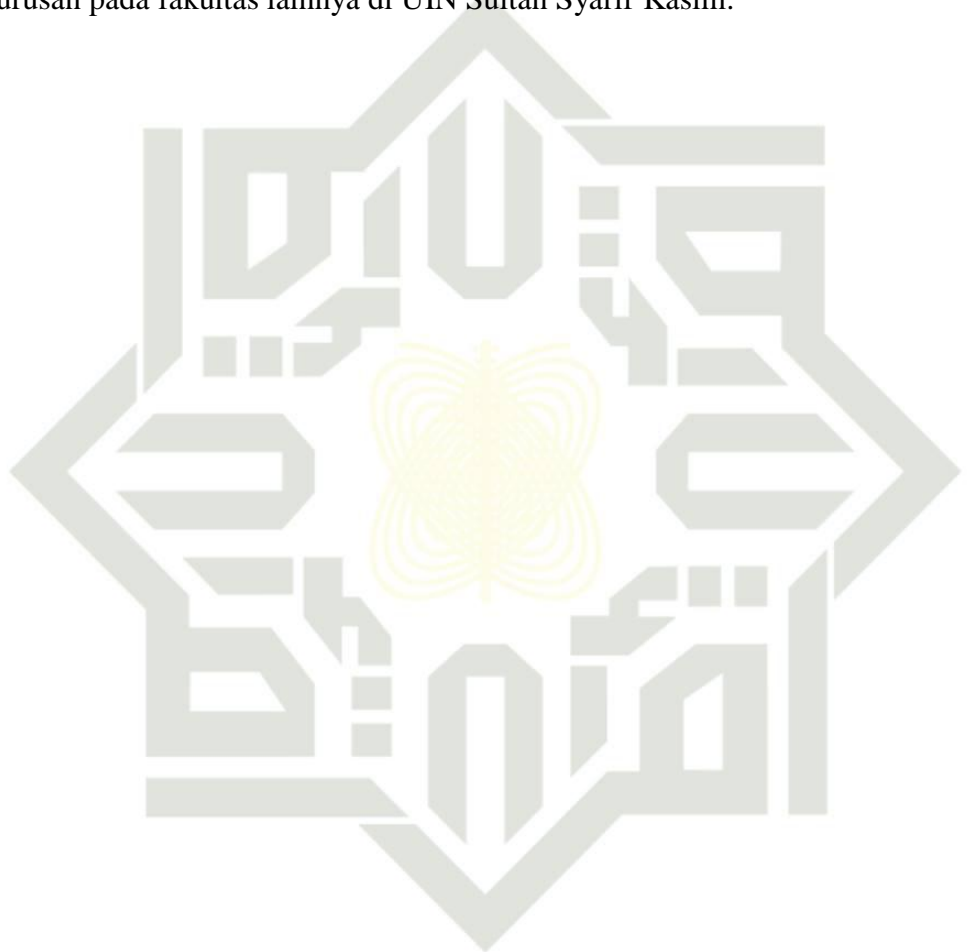
1. Secara parsial, *Price Discount* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembelian *Impulsif* dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,958 > 1,673$) dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari nilai α ($0,005 < 0,05$).
2. Secara parsial, *Functional Convenience* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pembelian *Impulsif* dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,417 < 1,673$) dan nilai signifikansi yang dihasilkan lebih besar dari nilai α ($0,679 > 0,05$).
3. Secara simultan, *Price Discount* dan *Functional Convenience* berpengaruh signifikan terhadap Pembelian *Impulsif* dikarenakan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($6,613 > 3,16$) dan nilai signifikansi f_{hitung} yang dihasilkan lebih kecil dari nilai α ($0,003 < 0,05$).
4. Berdasarkan pengujian nilai koefisien R^2 gaya *Price Discount* dan *Functional Convenience* mempunyai pengaruh terhadap Pembelian *Impulsif* sebesar 44,4%, sedangkan sisanya sebesar 55,6% dipengaruhi oleh faktor lain

B. SARAN

1. Kepada seluruh mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim, diharapkan agar dapat mengurangi perilaku konsumtif dengan cara dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Mahasiswa diharapkan untuk tidak melakukan pembelian secara *Impulsif* dengan menanamkan nilai ekonomis seperti membeli makanan sesuai kebutuhan. mahasiswa diharapkan untuk tidak mudah terpengaruh oleh potongan harga yang dapat menyebabkan pembelian secara

Impulsif untuk membeli makanan-makanan secara berlebihan.

2. Bagi penelitian selanjutnya, diperlukan pengkajian lebih dalam variable *Functional Convenience* terhadap Pembelian *Impulsif* serta dapat menambah variable lain. Selain itu, diperlukan pengujian yang lebih luas lagi dengan menambah jumlah sampel yang berasal dari jurusan pada fakultas lainnya di UIN Sultan Syarif Kasim.



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.

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

A. Buku

- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jil. VI; Jakarta: PT. Ichitan Baru van Hoeve, 2003.
- Achmad San Supriyanto dan Vivin Maharani, *Metode Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*, Malang: UIN Maliki press, 2013.
- Ahmad Tohardi, *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial = Plus*, (Tanjung Pura University Press, 2019.
- Ardiyadi Widyarto, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Uang di Indonesia Sebelum dan Setelah Krisis Moneter*”, Disertasi: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2007.
- Azwar Syaifuudin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010.
- Cik Hasan Bisri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi (Bidang Ilmu Agama Islam)*, Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, Cet. Ke-3, 2001.
- Dâr al-Masyriq, *al-Munjid Fî Lugah wa al-A'lâm*, Beirut: Dâr al-Masyriq, 2002.
- Departemen Agama RI, *AL-QUR'AN HAFALAN MUDAH*, Bandung: Cordoba,2020.
- Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE, 2003.
- Harinaldi, *Prinsip-Prinsip Statistik Untuk Teknik dan Sains*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005.
- Jihad Lukis Paanjawa dan RR Retno Sugiharti, *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis Untuk Sosial-Ekonomi*, Magelang: Penerbit Pustaka Rumah Cinta, 2020.
- Jonatahan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, terj. Benyamin Molan, Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang, 2008.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11, Penerbit : Indeks, Jakarta, 2012.

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.

- Loudon, D.L, dan Bitta, A.J, *Consumer Behavior: Concept and Application* (4th ed) (book), Singapore: McGraw-Hill, 2003.
- Mudrajd Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, Yogyakarta:Unit Penerbit dan Percetakan, Edisi 4, 2011.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Muh. Fitrah dan Lutfiyah, *Metodelogi Penelitian Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, dan Studi Kasus*, Jawa Barat: CV Jejak, 2017.
- M. Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam : Prinsip Dasar*, Terj. Suherman Rosyidi, Jakarta: Prenada Media Group, 2016.
- Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*, Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2019.
- Riduwan, *Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabet, 2013
- Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, Cet. Ke-1, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta., Cet. Ke23, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R& D*, Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung : PT. Remaja Rusdakarya, 2012.
- Syahrum, & Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Ciptapustaka Media, 2012.
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual &SPSS*, Jakarta: Kencana, Edisi 1, 2013.
- Umar, Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Panduan dan Informasi Akademik 2018/2019 UIN Sultan Syarif Kasim Riau*. Pekanbaru: UIN Suska Riau, 2018.

B Jurnal

- Cucu Komala, “Perilaku Konsumsi *Impulsif* Buying Perspektif Imam Ghazali”, *Jurnal Perspektif*, Vol.2 No.2 Desember 2018.
- Fifin Zuriatul Casvi, “Pengaruh Pengetahuan, Lingkungan Sosial, Dan Lokasi Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Santri Di Bank Syariah”, (Demak: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019).
- Juniwati, “Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak)”, *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 1, 2015.
- L.A. Bongso, A. Kristiawan, “Kenyamanan Toko Online Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Online Pada Pengguna Tokopedia”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, Bandung ISSN 2356-3966 E-ISSN: 2621-2331.
- Putra, Kadek, “The Effect of Organizational Culture and Work Discipline on Employees Performance with Working Satisfaction as Intervening Variables on CV. Yamaha Waja Motor Denpasar”, *Ra Journal Of Applied Research*, ISSN: 2394- 6709. DOI:10.31142/rajar/v4i8.08. Volume: 04 Issue: 08 August - 2018.
- Ratih Amelia, “Pengaruh Aplikasi *Gofood* Terhadap Peningkatan Penjualan Mochitalk Plaza Medan Fair”, *jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6 No. 2 Juni 2019.
- Rusminah HS1 , Hilmiati. “ Pengaruh Persepsi Kenyamanan Dan Persepsi Kemudahahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Layanan *Gofood*”, *Jurnal distribusi*, Vol. 9, No. 1 – Maret 2021.
- Septian Wahyudi, “Pengaruh *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying*”, *Jurnal Valuta*, Vol.3 No. 2, 2017.
- Saragih dan Ramdhany,”Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Melalui Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB) Kaskus”, *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 8 No. 2, 2012.
- Syabbul Bachri, Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam, *Artikel Antologi Kajian Islam vol:15,no 1*, Surabaya :IAIN Sunan Ampel, 2010.

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.

Winda Noor Nawang Wulan , Suharyati², dkk, ‘’Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shoppe’’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 6, No.1, 2019

Yuping Li, ’’Empirical Study Of Influential Factors Of Online Customers Repurchase Intention!’’, *Jurnal Ibusiness*, Nomor 8, 2016.

WEB

JAKPAT , artikel dari <https://riset-jakpat-go-food-jadi-online-food-delivery-favorit-meski-tanpa-promo>. Diakses pada 08 oktober 2022.

Kemdikbud, KBBI Daring, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/jasa>. Diakses pada 03 Desember 2022

kamus. Pada KBBI Daring. Diambil dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kenyamanan> Diakses pada 23 Feb 2023.

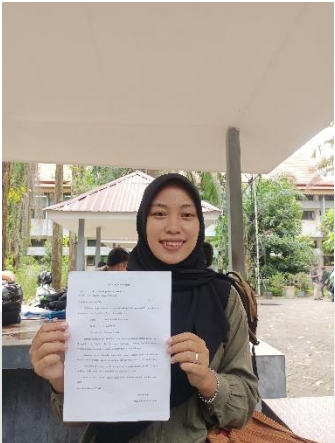
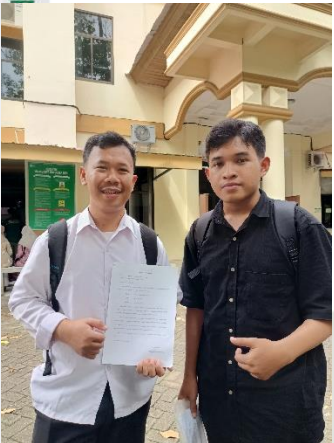
Siasy Fasih, ‘’Sekilas Fakultas Syariah dan Hukum’’, artikel https://siasy.uin-suska.ac.id/fasih/site/page/view/sekilas_fakultas. Diakses pada 14 Februari 2023.

Tenggara Strategic, artikel dari <https://survei-layanan-Gofood-dinilai-unggul-dari-grabfood-dan-shopeefood>. Diakses pada 06 oktober 2022

We Are Social, artikel dari <https://penggunaan-aplikasi-pesan-antar-makanan-indonesia-tertinggi-di-dunia>. Diakses pada 05 oktober 2022

Siasy Fasih, ‘’Sekilas Fakultas Syariah dan Hukum’’, artikel https://siasy.uin-suska.ac.id/fasih/site/page/view/sekilas_fakultas. Diakses pada 14 Februari 2023.

LAMPIRAN: DOKUMENTASI



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.

KUESIONER PENELITIAN

Hal : **Permohonan pengisian kuesioner**

Kepada Yth. Saudara / Saudari di tempat.

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubung dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, saya :

Nama : Muhammad Miftahurrazak

NIM : 11920511970

Fak/Jurusan : Ekonomi Syariah

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Price Discount* dan *Functional Convenience* Terhadap Pembelian *Impulsif* Pengguna Aplikasi *Gofood* Perspektif Ekonomi Syariah”.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Saudara/Saudari untuk bersedia mengisi kuisisioner dengan pertanyaan-pertanyaan yang tertera pada lembar kuisisioner.

Sebelumnya saya mohon maaf telah mengganggu waktu Saudara/Saudari. Bantuan Saudara/Saudari sangat berarti demi terselesaikannya penelitian ini.

Atas kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

UIN SUSKA RIAU
Hormat saya,

Muhammad Miftahurrazak

DAFTAR PERTANYAAN

A. Data Diri Responden

Nama Responden :
NIM :
Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
Jurusan :
Angkatan :
Pengguna Aplikasi Gojek : Ya / Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda ceklist (√) pada jawaban yang Saudara / Saudari pilih pada lembar jawaban yang telah disediakan. Pilih jawaban sesuai dengan pendapat dan keadaan Saudara / Saudari yang sebenarnya.

Adapun keterangan dari singkatan jawaban adalah sebagai berikut :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

Ss = Sangat setuju

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.

Variabel Price Discount

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Besarnya potongan harga (diskon).						
1	saya membeli barang apabila diskonya besar					
Masa potongan harga.						
2	saya tertarik membeli barang saat diskonnya tidak lama					
Jenis produk yang mendapatkan potongan harga						
3	saya membeli barang apabila produk yang saya ingin sedang ada diskon					

Variabel Functional Convenience

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti.						
1	System penggunaan pada aplikasi <i>Gofood</i> sangat jelas dan mudah dimengerti					
Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.						
2	System menu pada aplikasu <i>Gofood</i> sangat efisien untuk berbelanja					
Sistem mudah digunakan.						
3	Aplikasi <i>Gofood</i> mudah digunakan karena ada fitur-fitur yang mendukung					
Mudah mengoperasikan sistem dengan apa yang ingin individu kerjakan.						
4	Fitu-fitur <i>Gofood</i> dapat membantu kita mencari makanan					
Happines (Kesenangan)						
5	Saya merasa senang ketika berbelanja menggunakan aplikasi <i>Gofood</i>					

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.

LAMPIRAN: Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas

Variabel	Item	Korelasi		Hasil Uji
		r-hitung	r-tabel	
X1 <i>Price Discount</i>	1	0,792	0,268	valid
	2	0,818	0,268	valid
	3	0,889	0,268	valid
X2 <i>Functional Convenience</i>	1	0,748	0,268	valid
	2	0,805	0,268	valid
	3	0,886	0,268	valid
	4	0,796	0,268	valid
	5	0,759	0,268	valid
	6	0,809	0,268	valid
	7	0,652	0,268	valid
Y <i>Pembelian Impulsif</i>	1	0,769	0,268	valid
	2	0,743	0,268	valid
	3	0,719	0,268	valid
	4	0,720	0,268	valid

2. Reliabilitas

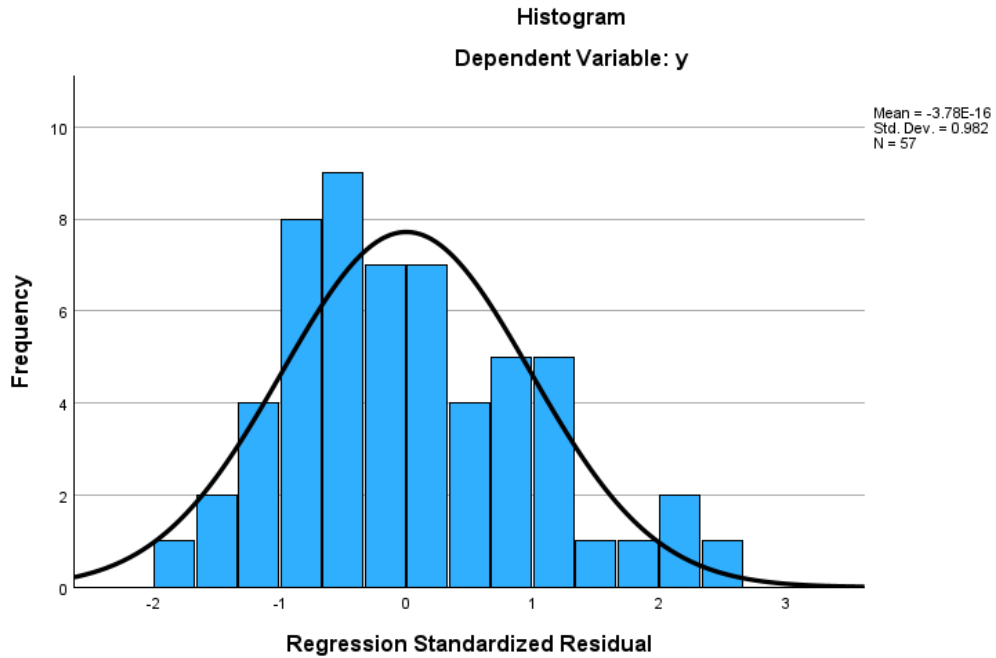
Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Uji
<i>Price Discount</i> (X1)	0,779	Reliabel
<i>Functional Convenience</i> (X2)	0,890	Reliabel
<i>Pembelian Impulsif</i> (Y)	0,722	Reliabel

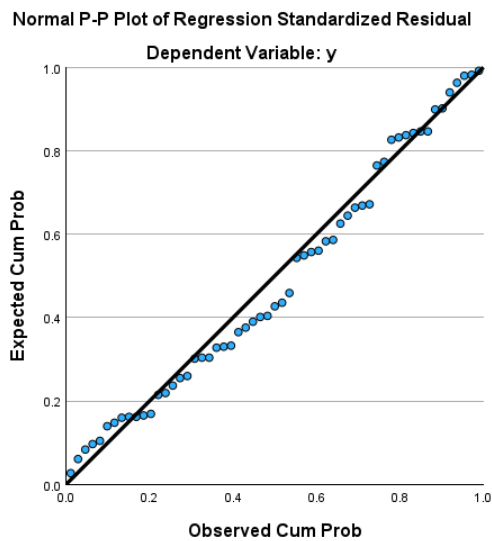
LAMPIRAN: UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dengan normalitas histogram



Uji normalitas dengan normal probabiliti plot



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.

Uji Normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72424094
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.059
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

2. Uji Multikolinearitas

**Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

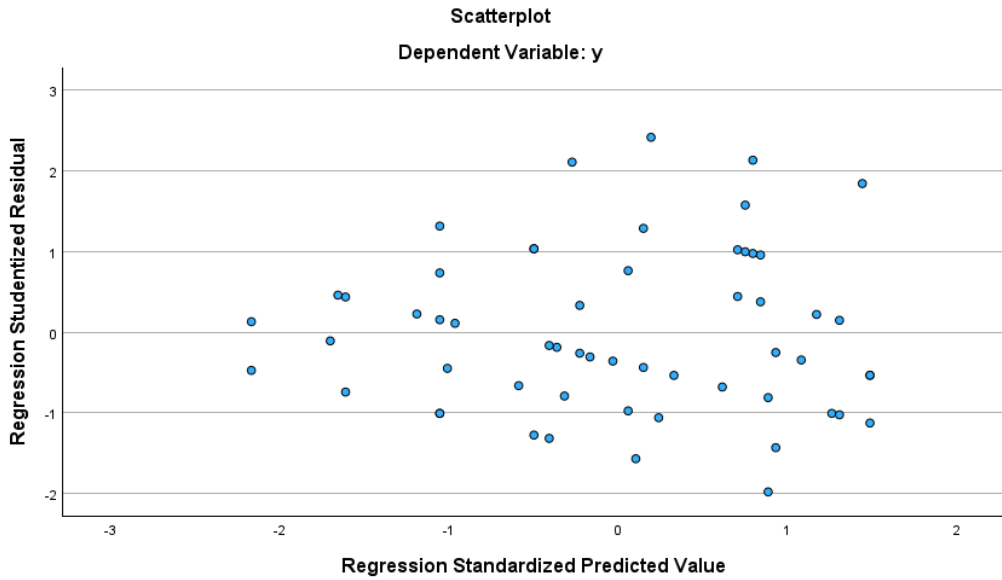
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	Constant	7.434	2.513		2.958	0.005		
	X1	0.475	0.163	0.411	2.920	0.005	0.750	1.334
	X2	0.038	0.092	0.059	0.417	0.679	0.750	1.334

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.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot



uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-1.817	1.361			-1.334	0.188
x1	0.085	0.088	0.145		0.969	0.337
x2	0.071	0.050	0.212		1.417	0.162

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

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 : UJI HIPOTESIS

1. Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.434	2.513		2.958	0.005
X1	0.475	0.163	0.411	2.920	0.005
X2	0.038	0.092	0.059	0.417	0.679

a. Dependent Variable: Y

2. Uji T parsial

Uji T parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 Constant)	7.434	2.513		2.958	0.005
X1	0.475	0.163	0.411	2.920	0.005
X2	0.038	0.092	0.059	0.417	0.679

3. Uji f simultan

Uji f simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40.775	2	20.387	6.613	0.003 ^b
Residual	166.488	54	3.083		
Total	207.263	56			

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 Koefisien Determinasi

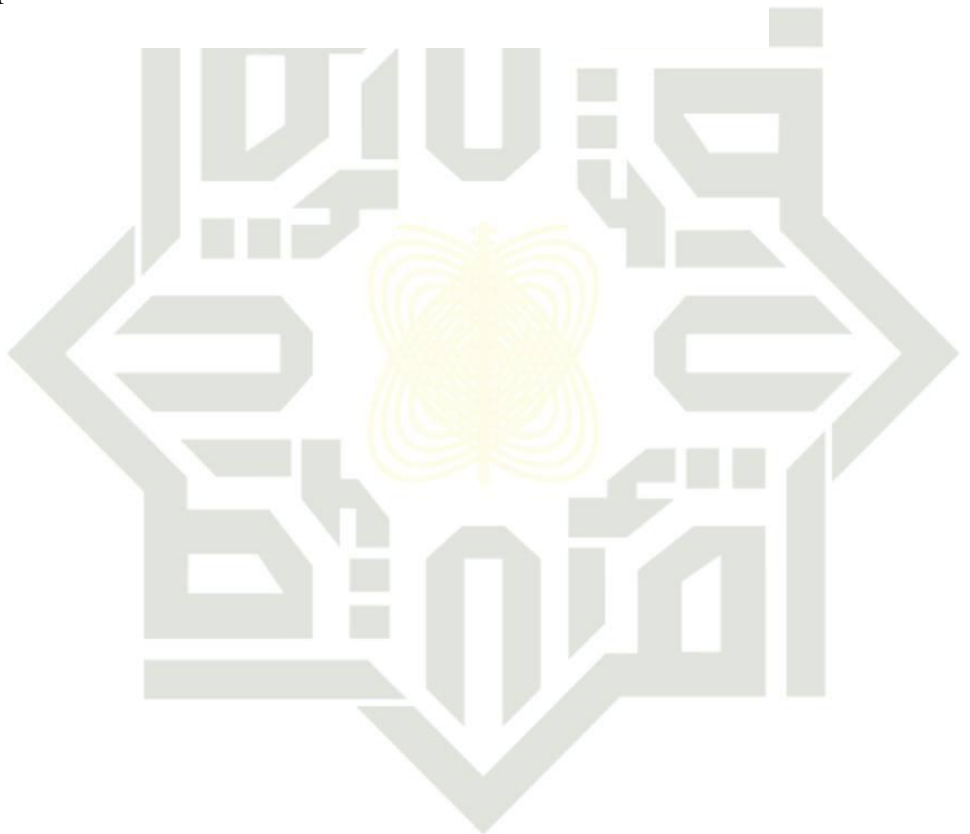
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.444 ^a	.197	.167	1.756	1.738

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y



UIN SUSKA RIAU