

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika yang berlaku dibidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 10 September 2020

Penulis

Nadifatul Uyun

NIM : 161410039

ABSTRAK

Nama : Nadifatul Uyun NIM : 161410039, judul Skripsi : **Pengaruh *Online Customer Review* Produk Pakaian Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Marketplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah)**

Banyaknya jumlah pengguna internet merupakan lahan yang potensial untuk perkembangan industri bisnis khususnya sektor *e-commerce*. Salah satu model bisnis pada sektor *e-commerce* adalah berbasis *marketplace* C2C contohnya *marketplace* Shopee. Produk pada kategori *fashion* merupakan yang paling banyak dicari karena kebutuhan pokok yakni sandang. Dalam pembelian secara *online*, calon pembeli tidak dapat memeriksa barang yang mereka ingin beli secara langsung dan biasanya hanya dibantu oleh gambar atau deskripsi yang diberikan oleh penjual. Sehingga konsumen perlu mencari informasi lebih mengenai produk yang akan dibelinya untuk meminimalisir dampak negatif yang didapat. Berdasarkan masalah penelitian tersebut, adapun rumusan masalahnya yaitu: 1) apakah *online customer review* produk pakaian muslim berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah?, 2) seberapa besar pengaruh *online customer review* produk pakaian muslim berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah?

Online customer review adalah ulasan yang diberikan oleh pelanggan baik positif maupun negatif mengenai suatu produk yang telah dibelinya pada sebuah toko dalam platform *e-commerce*. *Online Customer Review* (OCR) yang menyediakan informasi yang relevan kepada konsumen, dikatakan relevan karena *online customer review* dilakukan secara sukarela oleh konsumen yang telah membeli produk tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan data primer serta menggunakan SPSS 22. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016-2019 dengan populasi sebanyak 840 orang. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penentuan ukuran sampel dengan menggunakan rumus *Slovin* dan diperoleh 90 responden.

Selain informasi yang diperoleh dari penjual, konsumen juga memperoleh informasi lebih mengenai produk yang ingin dibelinya melalui *online customer review* pada *marketplace* Shopee sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen akan informasi produk tersebut. Sehingga dengan adanya *online customer review* ini mengurangi akan ketidakpastian (*gharar*) dalam jual beli online khususnya melalui *marketplace* Shopee.

Hasilnya yaitu variabel *Online Customer Review* (X) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $5.869 > 1.987$. sehingga dapat disimpulkan bahwa *online customer review* produk pakaian muslim berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *marketplace* Shopee pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah. *Online customer review* memiliki pengaruh sebesar 28.1% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya ($1 - 0.281 = 0.719$ atau 71.9%) dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti dalam penelitian ini seperti gratis biaya kirim, diskon, promosi, *brand image*, dan lain-lain.

Kata kunci : *Online Customer Review*, *marketplace* Shopee, keputusan pembelian



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Jendral Sudirman No. 30 Serang 42118 telp.0254 – 2000323 Fax. 0254 - 200022

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth
Lamp	: 1 (satu) Eksemplar	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Hal	: Pengajuan Munaqasyah	UIN SMH Banten
	a.n. Nadifatul Uyun	Di –
	NIM :161410039	Serang

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisis serta mengadakan koreksi seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi dari **Nadifatul Uyun, NIM. 161410039**, dengan Judul Skripsi: "***Pengaruh Online Customer Review Produk Pakaian Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah)***". Kiranya dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi dengan harapan dapat segera munaqasyahkan.

Demikian Atas segala perhatian Ibu, kami ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Serang, 20 Oktober 2020

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Itang, M. Ag
NIP.19710804199803 1 003

Aan Ansori, M.Kom., M.M
NIP. 197310152007011027

PERSETUJUAN

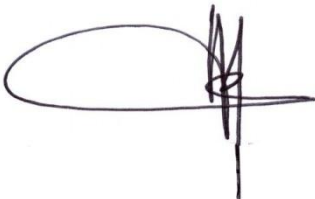
**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* PRODUK
PAKAIAN MUSLIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI *MARKETPLACE SHOPEE*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Syariah)**

Oleh

Nadifatul Uyun
NIM. 161410039

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Itang, M. Ag
NIP.19710804199803 1 003

Pembimbing II,



Aan Ansori, M.Kom., M.M
NIP. 197310152007011027

Mengetahui ,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, MSI
NIP. 196402121991032003

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak
NIP. 197408222005012003

PENGESAHAN

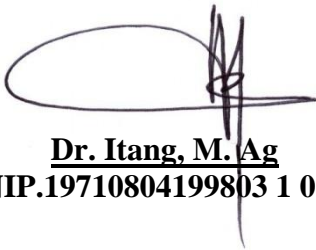
Skripsi a.n. Nadifatul Uyun NIM : 161410039 yang berjudul : *“Pengaruh Online Customer Review Produk Pakaian Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah)”*, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 20 Oktober 2020, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 20 Oktober 2020

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota



Dr. Itang, M. Ag
NIP.19710804199803 1 003



Elsa, S.E, M.Ak.
NIP.198510062019032011

Anggota-Anggota,

Penguji I,

Penguji II,



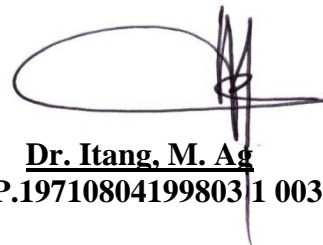
Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.SI.
NIP.19640212199103 2 003



Hendrieta Ferieka, M.Si
NIP. 1983611 200604 2 001

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Itang, M. Ag
NIP.19710804199803 1 003



Aan Ansori, M.Kom., M.M
NIP. 197310152007011027

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya
Ayahanda Najihun dan Ibunda Badriyah tercinta
yang telah ikhlas mendidik
dan mencurahkan kasih sayangnya hingga saat ini

MOTTO

وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدِ

أَحْتَمَلُوا بُهْتَنًا وَإِثْمًا مُّبِينًا ﴿٥٨﴾

“Dan orang-orang yang menyakiti orang-orang mukmin dan mukminat tanpa kesalahan yang mereka perbuat maka sesungguhnya mereka telah memikul kebohongan yang nyata”.

(QS. Al-Ahzab:58)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Nadifatul Uyun dilahirkan di Serang, pada tanggal 18 November 1998, penulis adalah anak ketiga dari delapan bersaudara, terlahir dari pasangan Bapak Najihun dan Ibu Badriyah.

Adapun pendidikan formal yang sudah peneliti tempuh adalah sebagai berikut :

Pendidikan formal pertama yaitu SD Negeri Ranca Tales lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 1 Kramatwatu lulus pada tahun 2013 dan di 2016 lulus dari MA Swasta Madarijul Ulum, kemudian penulis melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sega puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmatnya kepada seluruh makhluknya, sholawat beriring salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya yang telah berjasa mensyiarkan agama Islam, sehingga umat Islam terbimbing ke jalan yang benar.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT, dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Online Customer Review Produk Pakaian Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah)”***.

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Prof. Dr H. Fauzul Iman, MA Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah berusaha menjadikan UIN SMH Banten menjadi lebih baik.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus Pembimbing Akademik.

3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. Itang , M.Ag selaku Pembimbing I dan bapak Aan Ansori, M.Kom, M.M selaku Pembimbing II yang telah menyisihkan waktu memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, terutama yang telah mengajar dan mendidik serta membantu baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis selama kuliah di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
6. Kepada kedua orang tua saya yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun moril, selalu melangitkan doa-doa terbaik untuk anak-anaknya semoga Allah SWT memberikan mereka kesehatan dan umur panjang serta masuklah mereka ke Surga-Nya.
7. Teman-teman satu jurusan Ekonomi Syariah 2016 khususnya kelas Ekonomi Syariah A yang turut serta berjuang bersama dalam penyusunan tugas akhir, sahabat-sahabat penulis, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan, serta bantuannya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi isi maupun metodologi penuliannya. Untuk itu kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan guna perbaikan dimasa mendatang. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 13 September 2020

Penulis,

Nadifatul Uyun
NIM : 161410039

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	12

F. Manfaat Penelitian	13
G. Kerangka Pemikiran.....	14
H. Sistematika Penulisan	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. <i>E-Commerce</i>	19
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	19
2. Karakteristik <i>E-Commerce</i>	20
3. Jenis-Jenis <i>E-Commerce</i>	22
B. Jual Beli Akad Salam.....	25
1. Pengertian Akad Salam	25
2. Dasar Hukum Akad Salam	27
3. Rukun Akad Salam.....	30
4. Syarat Akad Salam	31
C. <i>Online Customer Review</i>	34
1. Pengertian <i>Online Customer Review</i>	34
2. Dimensi <i>Online Customer Review</i>	37
3. <i>Online Customer Review</i> Dalam Perspektif Islam	40
D. Perilaku Konsumen.....	43
1. Pengertian Perilaku Konsumen	43
2. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	45

E. Keputusan Pembelian	49
1. Pengertian Keputusan Pembelian	49
2. Proses Keputusan Pembelian.....	52
3. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam	55
F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	56
G. Hubungan Antar Variabel.....	62
H. Hipotesis	66

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	67
B. Teknik Pengumpulan Data.....	67
1. Populasi dan Sampel.....	67
C. Skala Pengukuran Variabel.....	70
1. Metode Penelitian	72
2. Jenis Penelitian	72
D. Teknik Pengumpulan Data.....	74
E. Teknik Analisis Data	75
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	75
2. Uji Analisis Regresi Sederhana	76
3. Uji Asumsi Klasik	77
4. Uji Hipotesis.....	80
F. Operasional Variabel Penelitian	84

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	90
1. Sejarah Shopee	90
2. Karakteristik Responden.....	92
B. Analisis Data.....	95
1. Analisis Deskriptif.....	95
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	100
C. Regresi Linear Sederhana	106
D. Uji Asumsi Klasik.....	108
1. Uji Normalitas	108
2. Uji Heteroskedastisitas	112
3. Uji Autokorelasi	115
1. Uji Hipotesis	116
2. Uji t (Parsial)	116
3. Uji Koefisien Korelasi	119
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	120
E. Pembahasan Hasil Penelitian	121

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	127
B. Saran	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	52
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas.....	109
Gambar 4.2 Grafik P-Plot Uji Normalitas	110
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Total Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.....	68
Tabel 3.2 Pembobotan Dengan Skala Likert	72
Tabel 3.3 Koefisien Korelasi	82
Tabel 3.4 Operasional Variabel	86
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	93
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Tabel 4.3 Jumlah Total data kuisisioner Variabel Online Customer Review (X) Dan Keputusan Pembelian (Y).....	95
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Online Customer Review (X).....	101
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	102
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Online Customer Review (X)	104
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	105
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	106
Tabel 4.9 Analisis Kolmogorof-Smirnov	111
Tabel 4.10 Hasil Uji Gletser Heteroskedastisitas	114
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	115
Tabel 4.12 Uji t.....	117
Tabel 4.13 Uji Koefisien Korelasi	119
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Deteriminasi (R^2).....	120