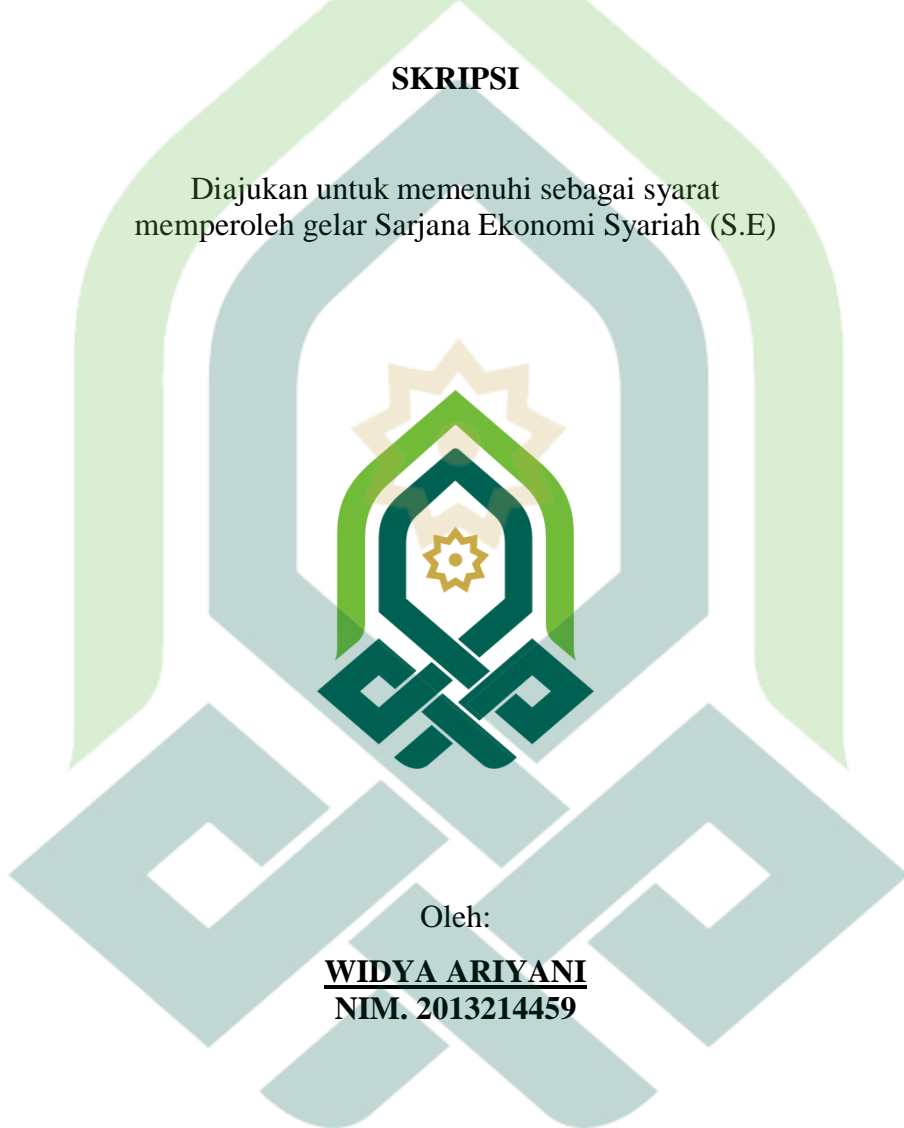




**PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN SECARA ONLINE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN
PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)



Oleh:

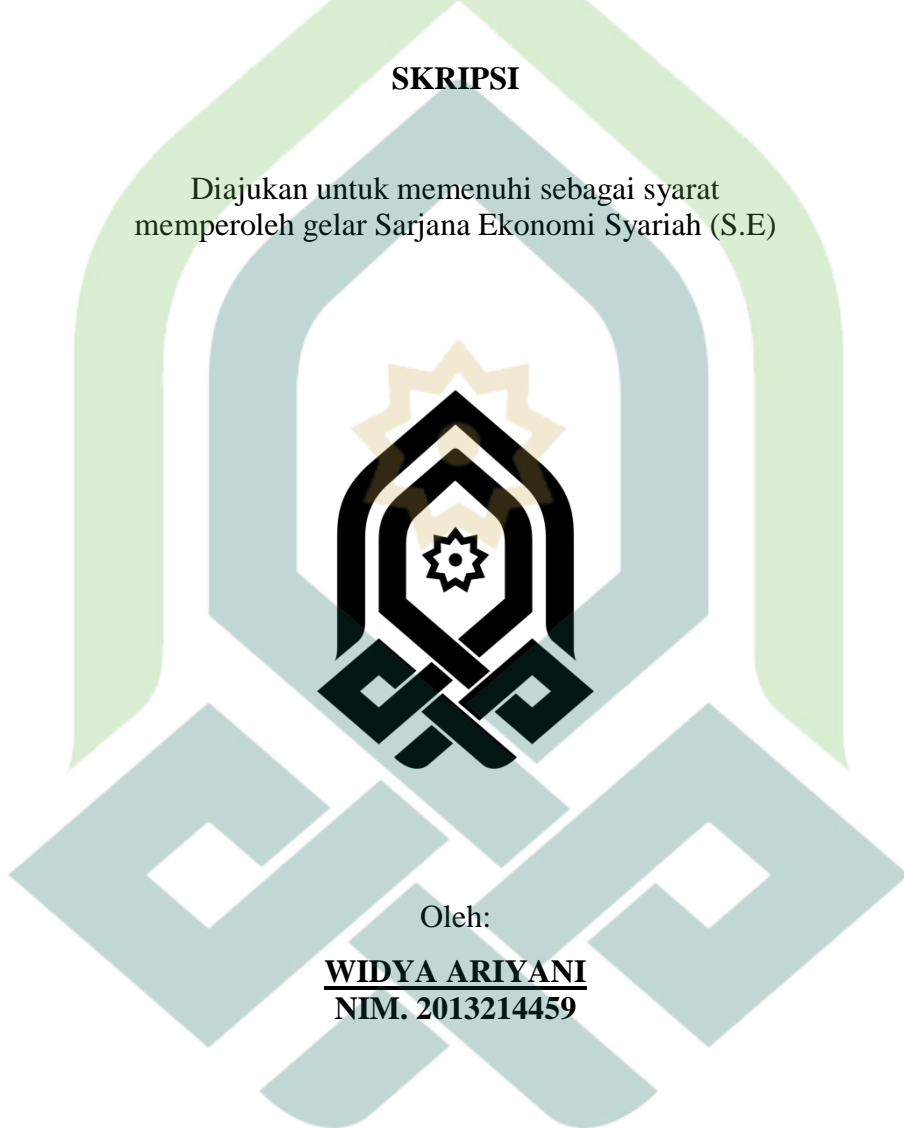
WIDYA ARIYANI
NIM. 2013214459

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2019**

**PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN SECARA ONLINE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN
PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)



Oleh:

WIDYA ARIYANI
NIM. 2013214459

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPEKALONGAN
2019**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Widya Ariyani**
NIM : **2013214459**
Judul Skripsi : **“Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan”**

menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 25 Februari 2019

Yang Menyatakan



Widya Ariyani
NIM. 2013214459

NOTA PEMBIMBING

Siti Aminah Caniago, M. Si.

Jl. Pemuda Kadilangu – Batang

Lampiran : 2 (dua) Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Widya Ariyani

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Pekalongan

c-q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu`alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudari:

Nama : **Widya Ariyani**

NIM : **2013214459**

Jurusan : **Ekonomi Syariah**

Judul : **“Pengaruh Harga, Keragaman produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan”**

dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 Februari 2019

Pembimbing,

Siti Aminah Caniago, M. Si.

NIP. 19680907 200604 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **WIDYA ARIYANI**
NIM : **2013214459**
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKAIAN SECARA ONLINE PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM IAIN PEKALONGAN**

telah diujikan pada hari Senin, 18 Maret 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Dewan Penguji

Penguji I

Hj. Rinda Asytuti, M.Si.
NIP. 19771206 200501 2 002

Penguji II

Drajat Stiawan, M.Si.
NIP. 19830118 201503 1 001

Pekalongan, 21 Maret 2019

Disahkan oleh
Dekan,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef



ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	Y	Ye

1. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أُو = au	أُو = ū

2. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

جميلة مرأة

Ditulis

mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة

Ditulis

Fātimah

خاتمة

Ditulis

Khatimah

3. Syaddad (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا

Ditulis

Rabbanā

البر

Ditulis

al-birr

4. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf syamsiyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh "huruf qamariyah" ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

5. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أمرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah Allah SWT yang telah memberikan kesempatan-kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya yaitu orang yang paling berjasa dalam hidup saya yang sangat saya sayangi dan cintai, terimakasih atas curahan kasih sayangmu, pengorbanan besarmu, dan perhatianmu. Ibu terimakasih banyak untuk perjuanganmu selama ini sebagai single mom dan telah mengajarkan tentang kehidupan. Ayah, terimakasih untuk logika dan pemikiran yang luas, terimakasih sudah mengajarkan banyak hal tentang hitam dan putih hidup ini. Semoga ini bisa sedikit membahagiakan kalian.
2. Kakak saya Rendy Wijayahadi dan saudara sepupu saya Dyah Ayu Wulansari yang selalu mendukung, menyemangati dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat saya Nurul Khasanah, Atika Zurmila, Fidda Nawiroh Maulida, Dini Asrianing Ilmania, Iis Solekhati, dan Mei Fadhilah yang selalu *mensupport* saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan EKOS Regular Sore kelas M terimakasih atas 7 semester yang menyenangkan.
5. Teman-teman KKN Mira, Lail, Fety, Misi, Elisa, dan teman-teman lain yang selalu *mensupport* saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah mendukung dan mendoakan yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu.
7. Terimakasih kepada kakak Wil yang sudah membantu dalam melakukan penelitian ini.



MOTTO

“ Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui“
(Q.S. Al-Baqarah/2:216)

ABSTRAK

Ariyani, Widya. 2019. *Pengaruh Harga, Keragaman produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.*

Dosen Pembimbing : Siti Aminah Caniago, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, keragaman produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAN Pekalongan. Karena maraknya belanja online di era modern ini termasuk dalam membeli pakaian pada kalangan mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan dan diambil sampel sebanyak 80 responden dengan menggunakan teknik *convenience sampling* atau sampling berdasarkan kemudahan mendapatkannya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket/kuesiner. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deksriptif dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online, dibuktikan dari nilai t hitung $5,747 > t$ tabel $1,991$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{01} di tolak dan H_{a1} diterima. (2) keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online, dibuktikan dari nilai t hitung $2,827 > t$ tabel $1,991$ dengan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$, maka H_{02} di tolak dan H_{a2} diterima. (3) keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online, dibuktikan dari nilai t hitung $3,829 > t$ tabel $1,991$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{03} di tolak dan H_{a3} diterima. (4) harga, keragaman produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian secara online, dibuktikan dengan hasil F hitung $50,131 > F$ tabel $2,72$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Harga, Keragaman produk, Kepercayaan, Keputusan Pembelian secara Online.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, memberikan kemudahan, kekuatan serta kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Keragaman produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan”.

Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan Skripsi tidak luput dari dukungan berbagai pihak, baik itu secara materil maupun moril, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedy Rohayana, M.Ag., selaku Rektor IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati S.H, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
3. Bapak Agus Fakhрина, M.Si., selaku Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
4. Ibu Dr. Triannah Sofiani, S.H, M.H., selaku Wali Dosen saya.
5. Ibu Siti Aminah Caniago, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan tenaga, waktu, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.



6. Seluruh mahasiswa FEBI yang telah bersedia membantu memberikan data dan telah bersedia meluangkan waktu dari kesibukannya untuk dapat mengisi kuesioner sebagai pendukung yang diperlukan dalam penelitian ini.
7. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah banyak membantu serta memberikan semangat dan dorongan kepada penulis demi terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekuarangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua, khususnya di bidang Ekonomi Syariah.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Pekalongan, 25 Februari 2019

Penulis

Widya Ariyani
NIM. 2013214459



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KERANGKA TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Pemasaran	11
2. E-commerce	12
a. Pengertian E-commerce	12
b. Jenis-jenis E-commerce	14
c. Manfaat dan Dampak Negatif E-commerce	15
3. Website	17
a. Pengertian Website	17
b. Jenis Website	18
c. Penggunaan Website	19
4. Perilaku Konsumen Muslim	20
5. Harga	22
a. Pengertian Harga	22
b. Peranan Harga	24
c. Tujuan Penetapan Harga	25



d. Indikator Harga	26
6. Keragaman Produk	27
a. Pengertian Keragaman Produk	27
b. Lebar dan Panjang Keragaman Produk	28
c. Indikator Keragaman Produk	30
7. Kepercayaan	30
a. Pengertian Kepercayaan	30
b. Dimensi Kepercayaan	31
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	33
d. Indikator Kepercayaan	35
8. Keputusan Pembelian	35
a. Pengertian Keputusan Pembelian	35
b. Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	36
9. Keputusan Pembelian secara Online	38
B. Tinjauan Pustaka	38
C. Kerangka Berpikir	49
D. Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	53
B. Setting Penelitian	53
C. Variabel Penelitian	54
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	55
1. Populasi	55
2. Sampel	56
3. Teknik Pengambilan Sampel	57
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	58
1. Instrumen Penelitian	58
2. Teknik Pengumpulan Data	59
F. Sumber Data	59
1. Data Primer	59
2. Data Sekunder	59
G. Analisis Data	60
1. Uji Kualitas Data	60
a. Uji Validitas	60
b. Uji Reliabilitas	61
2. Uji Asumsi Klasik	61
a. Uji Normalitas	61
b. Uji Multikolonieritas	63



c. Uji Heteroskedastisitas	64
3. Analisis Regresi Linier Berganda	63
4. Uji Hipotesis	64
a. Uji-t	64
b. Uji-F	65
c. Uji Koefisien Determinasi	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Deskripsi Data Responden	68
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
2. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan/ Uang Bulanan	70
3. Profil Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i> yang Sering Digunakan untuk Berbelanja secara Online	71
4. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Pakaian secara Online	72
B. Analisis Data	73
1. Uji Kualitas Data	73
a. Uji Validitas	73
b. Uji Reliabilitas	74
2. Uji Asumsi Klasik	75
a. Uji Normalitas	75
b. Uji Multikolonieritas	78
c. Uji Heteroskedastisitas	80
3. Analisis Regresi Linier Berganda	81
4. Uji Hipotesis	83
a. Uji-t	83
b. Uji-F	84
c. Uji Koefisien Determinasi	85
C. Pembahasan	86
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	



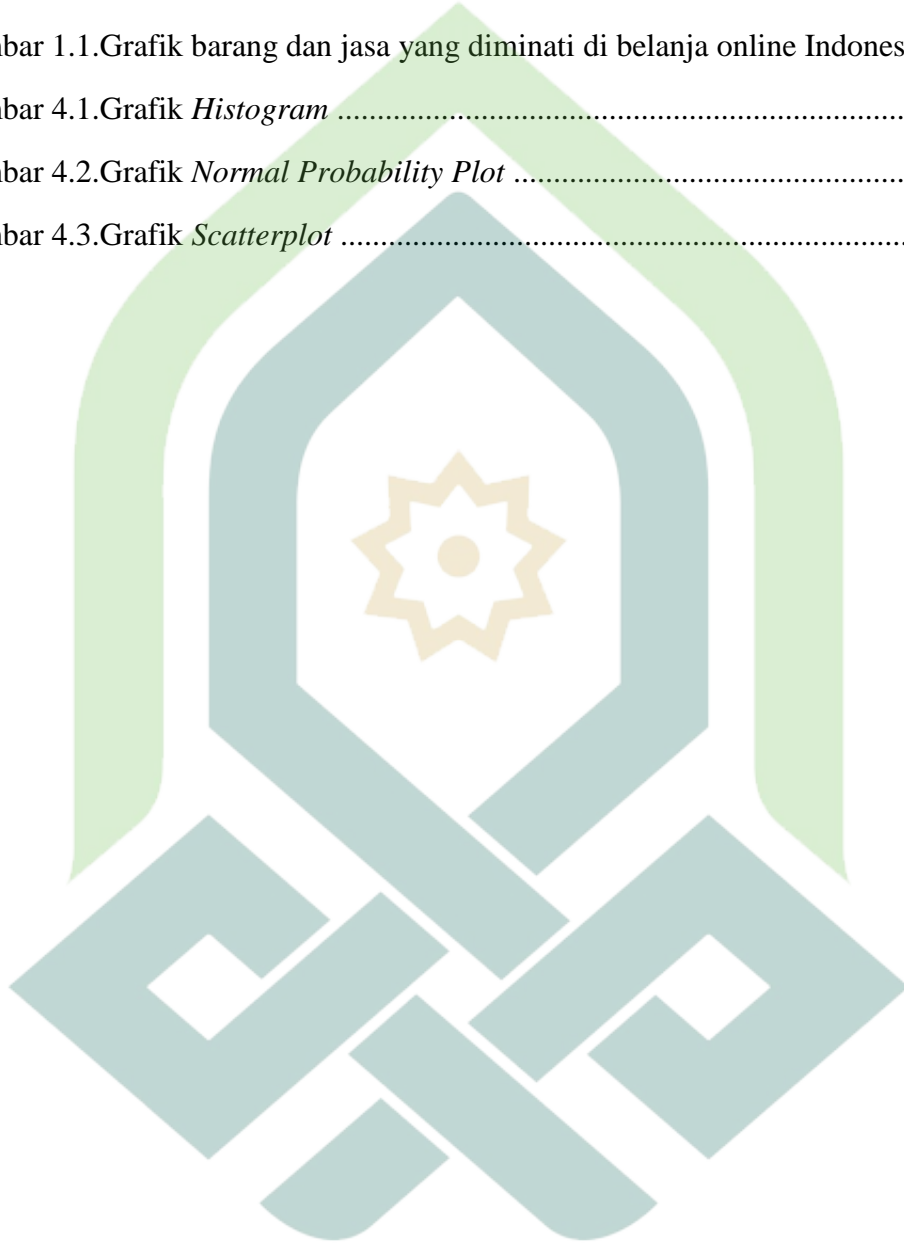
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel	54
Tabel 3.2. Skor Skala Likert	58
Tabel 4.1. Deskripsi berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2. Deskripsi berdasarkan Penghasilan/Uang Bulanan	70
Tabel 4.3. Deskripsi berdasarkan E-commerce yang sering gunakan	71
Tabel 4.4. Deskripsi berdasarkan Frekuensi Belanja Online 3 Bulan Terakhir	72
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.7. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	78
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolonieritas	79
Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	81
Tabel 4.10. Hasil Uji Hasil Uji Parsial (Uji t)	83
Tabel 4.11. Hasil Uji Hasil Uji Hasil Uji Simultan (Uji F)	85
Tabel 4.12. Hasil Uji Hasil Uji Hasil Uji Koefisien Determinasi	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik barang dan jasa yang diminati di belanja online Indonesia	4
Gambar 4.1. Grafik <i>Histogram</i>	76
Gambar 4.2. Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	77
Gambar 4.3. Grafik <i>Scatterplot</i>	81





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Nama Responden dan Jawaban Responden
- Lampiran 3 Output SPSS
- Lampiran 4 Tabel r Product Moment dengan Signifikansi 5%
- Lampiran 5 Tabel t
- Lampiran 6 Tabel F
- Lampiran 7 Surat Pernyataan Penelitian
- Lampiran 8 Surat Bukti Penelitian
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan bisnis secara global cukup pesat, hal ini berkaitan dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, khususnya internet. Perkembangan internet yang cepat memberikan pengaruh yang signifikan dalam segala aspek kehidupan. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses dan berkomunikasi melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan.

Tingkat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia menunjukkan angka yang sangat mengesankan. Dilihat dari data statistik berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) ini menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 132,7 juta jiwa atau 51,8 persen dari total populasi di Indonesia. Sedangkan pada tahun 2017 sendiri pengguna internet mencapai 143,26 juta jiwa atau 54,68 persen dari total populasi di Indonesia. APJII sendiri menargetkan pengguna internet di Indonesia sampai akhir 2018 bisa mencapai 60 persen.¹

¹ <http://surabaya.tribunnews.com/> diakses pada tanggal 10 November 2018.

Penggunaan internet sebagai media perdagangan yang sekarang telah mulai populer yaitu *electronic commerce* atau yang lebih dikenal dengan *e-commerce* terus meningkat dari tahun ke tahun. *E-commerce* merupakan bentuk perdagangan secara elektronik melalui media internet. *E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang dikomunikasikan melalui internet. Nilai transaksi *e-commerce* Indonesia pada 2015 mencapai US\$ 3,5 miliar. Angka tersebut naik 34,6 persen dari tahun sebelumnya. Jika dibandingkan dengan 2011, nilai transaksi perdagangan elektronik di tanah air telah melonjak 250 persen.² Perkembangan *e-commerce* juga dipicu oleh beragamnya tawaran produk dan jasa layanan *online* yang inovatif, menarik, mudah, dan tepat guna.

Banyak manfaat atau keuntungan yang didapat oleh perusahaan ataupun konsumen dengan melakukan transaksi melalui internet. Manfaat *e-commerce* bagi perusahaan adalah dapat menekan biaya barang dan jasa, dapat menjangkau wilayah pemasaran yang luas serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sedangkan manfaat bagi masyarakat sebagai konsumen yaitu dapat memilih barang atau jasa yang diinginkan selama 24 jam tanpa batas waktu serta bagi calon konsumen yang berada cukup jauh dari lokasi, tidak perlu datang langsung untuk membeli barang yang di inginkan hal ini akan lebih menghemat waktu dan biaya.³ Selain itu berbelanja secara *online*

² <https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada tanggal 12 November 2018.

³ Moch Suhir, Imam Suryadi dan Riyadi, "Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Survei terhadap Pengguna Situs Website

juga menyediakan perbandingan produk dan harga yang bersaing, serta membantu dalam memutuskan mana yang harus dibeli, lebih nyaman, produk lebih beragam, transaksi lebih cepat dan tanpa antrian, rahasia konsumen terlindungi.

Selain manfaat yang didapat melalui belanja secara online, terdapat juga kelemahan dalam berbelanja secara online. Kelemahan berbelanja secara online diantaranya konsumen tidak dapat melakukan kontak fisik secara langsung dengan penjual dan produk juga tidak bisa diraba atau dicoba, kemungkinan kerusakan produk saat pengiriman tidak dapat dibatalkan. Selain itu potensi kejahatan yang biasa terjadi pada transaksi online seperti penipuan, pembajakan kartu kredit, transfer dana ilegal dari rekening tertentu sangatlah besar apabila sistem keamanan infrastruktur *e-commerce* masih lemah.⁴ Hal ini juga yang kemudian menjadi permasalahan bagi para konsumen untuk melakukan pembelian secara online karena adanya risiko lebih yang harus siap ditanggung ketika melakukan pembelian secara online.

Berdasarkan statistik Databoks (portal data statistik ekonomi dan bisnis), produk *fashion* atau pakaian dan kecantikan merupakan kategori barang dan jasa yang paling banyak diminati oleh masyarakat di Indonesia dalam belanja online di tanah air. Penjualan pada tahun 2017 untuk kategori tersebut mencapai US\$ 2,47 miliar sekitar Rp 32 triliun. Menurut data survei *WeAreSocial.com*, potensi perdagangan elektronik di Indonesia semakin

www.kaskus.co.id”, (Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang Vol. 8 No. 2 tahun 2014), hlm. 2.

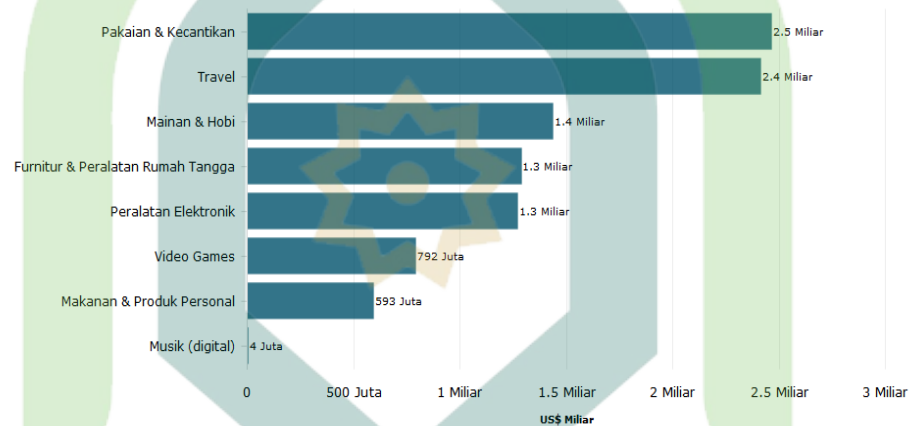
⁴ Moch Suhir, Imam Suryadi dan Riyadi, “Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Survei terhadap Pengguna Situs Website *www.kaskus.co.id*)”, ... hlm. 2.

meningkat dan mencapai 40% pada Desember 2017. Angka tersebut menunjukkan persentasi populasi yang melakukan transaksi belanja online di Indonesia. Sebanyak 45% dari responden melakukan pencarian barang dan jasa melalui internet, dan 45% dari responden mengunjungi situs toko *online*.⁵

Gambar 1.1

Grafik barang dan jasa yang diminati di belanja online Indonesia

Kategori Barang/Jasa yang Paling Diminati di Belanja Online Indonesia



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Berbelanja secara *online* juga telah menjadi salah satu aktivitas yang menarik bagi mahasiswa karena memberikan pengalaman baru dalam berbelanja. Ini merupakan salah satu alasan mahasiswa mulai beralih dari sebelumnya harus ke toko untuk membeli suatu barang (*offline*), dan sekarang mulai beralih secara digital dengan hanya mengunjungi situs belanja.⁶ Dengan adanya banyak kemudahan bertransaksi membuat para mahasiswa lebih memilih cara berbelanja online. Perubahan gaya hidup membuat para mahasiswa sering berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam berpakaian. Berbagai cara dilakukan mahasiswa untuk

⁵ <https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada tanggal 12 November 2018.

⁶ <https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada tanggal 12 November 2018.

tetap eksis di lingkungannya mulai dari pemilihan cara belajar, memilih teman, cara berpakaian hingga cara mereka mengekspresikan kreativitas.

Dengan semakin maraknya perilaku konsumen dalam berbelanja secara online menyebabkan persaingan bisnis antar toko *online* semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat membuat toko *online* dituntut untuk mempertahankan usahanya dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempertahankan usahanya dalam menarik minat belanja konsumen. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja antara lain harga, keragaman produk atau jumlah pilihan produk, kepercayaan pada penjual, dan lain sebagainya.

Harga menjadi pertimbangan konsumen dalam berbelanja online. Biasanya harga produk *fashion* khususnya pakaian di toko online mempunyai harga yang lebih murah dari toko konvensional.⁷ Pengaruh dari orang-orang terdekat juga sangat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Selain harga, keragaman produk atau jumlah pilihan produk juga menjadi pertimbangan konsumen dalam berbelanja secara online. Keragaman pakaian yang ditawarkan pada toko online membuat konsumen bebas untuk memilih pakaian yang disukainya karena toko online mempunyai banyak pilihan produk dan ukuran.

⁷ Mochammad Ridzky Arwiedya, “*Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online (Studi Kasus pada Konsumen Toko Fashion Online yang Bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)*”, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro tahun 2011), hlm. 6.

Selanjutnya dalam transaksi belanja online juga dibutuhkan kepercayaan. Kepercayaan dapat mempengaruhi konsumen karena produk dalam toko tidak dapat dilihat, toko pun ada yang tidak dapat ditemui secara fisik sehingga kepercayaan merupakan kunci memutuskan untuk membeli atau tidak. Di sisi lain, transaksi dalam belanja online tidak dilakukan secara *face to face* antara penjual dan pembeli. Kepercayaan tersebut dapat berupa respon yang cepat dari penjual kepada pembeli atau menggunakan bahasa yang ramah dalam pelayanannya, informasi toko yang jelas dan juga produk yang sesuai dengan tampilan websitenya.⁸ Apabila kepercayaan konsumen sudah hilang, tentunya konsumen tidak tertarik lagi untuk melakukan pembelian online pada toko tersebut.

Dari uraian tersebut di atas peneliti tertarik untuk mengetahui tentang apa yang membuat mahasiswa di IAIN Pekalongan lebih memilih berbelanja secara online dibandingkan secara langsung ke toko offline, sehingga memilih judul **Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut.

⁸ Benito Adityo, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Situs Kaskus”, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang tahun 2011), hlm. 25.



1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan ?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan ?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan ?
4. Apakah harga, keragaman produk, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan ?

C. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah-masalah yang diteliti agar masalah yang akan diteliti tidak terlalu luas dan fokus pada masalah yang akan diteliti.

Adapun pembatasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
2. Penelitian ini dilakukan di IAIN Pekalongan.
3. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang pernah berbelanja pakaian secara online.

4. Variabel yang diteliti adalah harga produk, keragaman produk, kepercayaan dan keputusan pembelian pakaian secara online.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga, keragaman produk, dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online dan mampu menjadi bahan referensi untuk bahan penelitian.

2. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi penjual toko online untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam memutuskan strategi pemasaran yang tepat yaitu dengan memahami perilaku konsumen dan sebagai bahan pertimbangan untuk mengetahui pengaruh harga, keragaman produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pakaian pada toko online.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini merupakan gambaran dari seluruh isi pembahasan yang akan dibahas untuk memberi kemudahan bagi pembacanya, dan berikut sistematika pembahasannya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis data berisi tentang hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan dan saran.





BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengujian membuktikan bahwa harga secara parsial (individu) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai t hitung $5,747 > t$ tabel $1,991$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{01} di tolak dan H_{a1} diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
2. Pengujian membuktikan bahwa keragaman produk secara parsial (individu) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai t hitung $2,827 > t$ tabel $1,991$ dengan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$, maka H_{02} di tolak dan H_{a2} diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa variabel keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

3. Pengujian membuktikan bahwa kepercayaan secara parsial (individu) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. Dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai t hitung $3,829 > t$ tabel $1,991$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{03} di tolak dan H_{a3} diterima. Pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Secara simultan atau bersama-sama ada pengaruh antara semua variabel bebas yaitu harga, keragaman produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pakaian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $50,131 > F$ tabel $2,72$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.



B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis akan memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi penjual online shop disarankan untuk lebih memperhatikan faktor harga, seperti menetapkan harga yang terjangkau dan sesuai harga pasarnya, menambah pilihan produk yang dijual, menjaga kepercayaan konsumen yang berbelanja, dan lain sebagainya.
2. Bagi mahasiswa konsumen online shop disarankan sebelum melakukan transaksi pembelian online sebaiknya mencari informasi mengenai online shop tersebut terlebih dahulu seperti membaca ulasan-ulasan olshop tersebut dan melihat rating olshop tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain seperti kualitas produk, kualitas informasi, promosi, pelayanan, keamanan, memperluas cakupan penelitian, serta menambah jumlah sampel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Azwar, Saifudin. 2003. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barkatullah, Abdul Halim dan Prasetyo, Teguh. 2005. *Binsis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Bandung: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Taufik. 2010. *Toko Online dengan OS Commerce*. Jakarta: Mediakita.
- Koentjoroningrat. 1980. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Keduabelas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Edisi Perspektif Asia*. Yogyakarta: ANDI.
- Lupiyoadi, Rambat. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori & Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Masyhuri dan Zainudin, M. 2008. *Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: Reflika Aditama.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Nalim, Yusuf dan Salafudin. 2012. *Statistika Deskriptif*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Edisi Pertama Cet. Ketiga*. Jakarta: Kencana.



- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singribun, Masri. 1983. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Stanton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran Edisi 7 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno dan Sutarso, Yudi. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryabrata, Sumadi. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sutopo, Eng. Yeri dan Slamet, Achmad. 2017. *Statistika Inferensial*. Yogyakarta: ANDI.
- Taniredja, Tukiran. 2012. *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.

SKRIPSI DAN JURNAL

- Adi, Rifqi Nugroho. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan Sistem Pre Order secara Online (Studi Kasus pada Online Shop Chopper Jersey)*. Semarang skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Adityo, Benito. 2011. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online di Situs Kaskus*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Anggraeni, Penia dan Madiawari, Putu Nina. 2016. *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs www.traveloka.com*". Bandung: e-Proceeding of Management Universitas Telkom.

- Ardi, Chrisna Yosefa Setya. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online*. Surakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ardi, Chrisna Yosefa Setya. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online*”, 2016. Surakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Arwiedya, Mochammad Ridzky. 2011. *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online (Studi Kasus pada Konsumen Toko Fashion Online yang Bertindak sebagai Reseller yang ada di Indonesia)*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Fitri, Irna. 2016. *Analisis Promosi Penjualan Online, Harga, Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Online Ceker Brontak (Studi pada Ceker Brontak Kota Bandar Lampung)*. Lampung: Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politi Universitas Lampung.
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi pada Pengguna Situs Jual Beli Online tokobagus.com)*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Rizka Andika. 2014. *Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Fashion Online Namira Outlet*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Jenni Anggraeni dkk. 2016. *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying di Butik Cassanova Semarang*. Semarang: Jurnal Penelitian Vol. 02 No.02.
- Kumila, Nur. 2018. *Pengaruh Promosi, Harga, Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen Muslim pada Online Shop di Media Sosial (Studi Kasus pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan Angkatan 2014/2015)*. Pekalongan: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
- Liwe, Farli. 2109. *Kesadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di KFC Manado*. Manado: Jurnal Penelitian Vol. 09 No.04.
- Mahkota, Andy Putra., Imam Suyadi, dan Riyadi. 2014. *Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pelanggan Website Ride Inc)*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang Vol. 8 No. 2.

- Martini, Tina. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic*. Kudus: Jurnal Penelitian Vol. 9 No. 1.
- Mauludiyahwati, Septi. 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Risiko Menggunakan E-commerce terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.lazada.id)*. Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nurmadina. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Fashion Online di Kota Makassar)*. Makassar: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin.
- Oroh, Arthur Adilang Sem G. dan S. Moniharapon. 2014. *Persepsi, Sikap, dan Motivasi Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*. Manado: Jurnal EMBA Universitas Sam Ratulangi Manado Vol. 2 No1.
- Rambe, Dedy Syahputra. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Online (E-Commerce) (Pada Pengguna Internet dan Pembeli Online, Toko Online Lazada.co.id di Kota Medan)*. Sumatera Utara: Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Sudjatmika, Fransiska Vania. 2017. *Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi di tokopedia.com)*. Surabaya: Jurnal AGORA Universitas Kristen Petra Surabaya Vol. 5 No. 1.
- Suhir, Moch., Imam Suryadi dan Riyadi. 2014. *Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Survei terhadap Pengguna Situs Website www.kaskus.co,id)*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang Vol. 8 No. 2.
- Wahyuningtyas, Yunita Fitri dan Widiasturi, Dyah Ayu. 2015. *Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara Online (Studi Kasus pada Konsumen Barang Fashion di Facebook)*. Yogyakarta: Jurnal Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha Yogyakarta Vol. 23 No. 2.
- Wardoyo dan Andini, Intan. 2017. *Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Mahasiswa Universitas Gunadarma*. Depok: Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya Universitas Genadarma Vol. 19 No. 1.

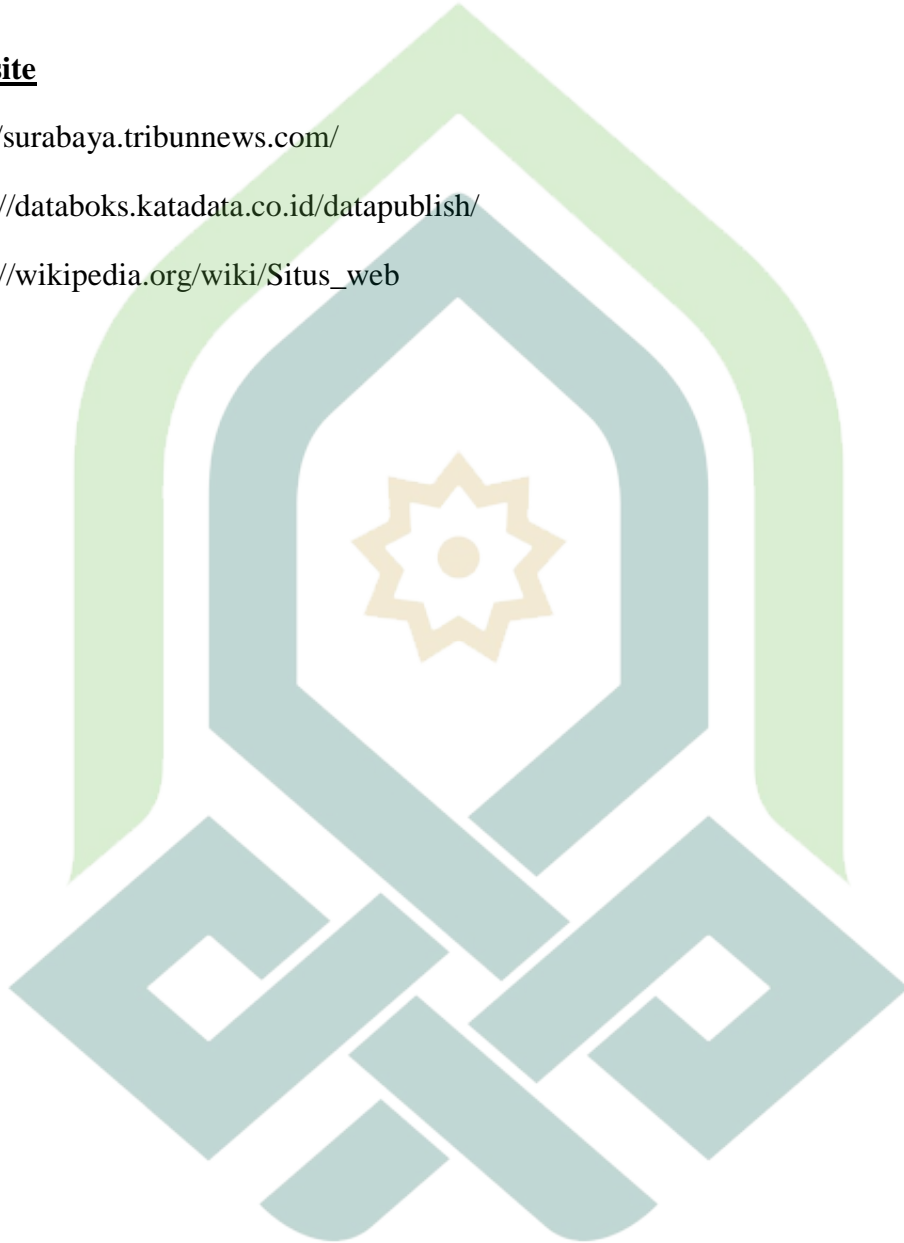
Wigati, Sri. 2011. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Maliyah IAIN Sunan Ampel Surabaya Vol. 01 No. 01.

Website

<http://surabaya.tribunnews.com/>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/>

https://wikipedia.org/wiki/Situs_web



LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA ONLINE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN
PEKALONGAN

Kepada Yth:
Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan surat ini, saya mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Pekalongan dengan identitas:

Nama : WIDYA ARIYANI
NIM : 2013214459
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Memohon kesadaran saudara/i untuk berkenan memberikan informasi yang
sesungguhnya sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan guna
melengkapi data-data penelitian skripsi yang akan saya buat yang berjudul
**“Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kepercayaan terhadap
Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan”**. Data yang diberikan bersifat
pribadi, dan saya menjamin kerahasiaannya.

Demikianlah surat pemberitahuan ini disusun, saya mohon maaf apabila ada
kata-kata yang kurang berkenan. Atas kesediaan dan partisipasinya dalam mengisi
kuesioner penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Widya Ariyani
(Peneliti)

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN SECARA ONLINE
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN
PEKALONGAN

A. Identitas Responden

1. Nama :(boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Penghasilan/Uang Bulanan :
 - a. Kurang dari Rp 500.000 c. Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000
 - b. Rp 500.000 – Rp 1.000.000 d. Lebih dari Rp 1.500.000
4. *E-commerce* apa yang sering saudara/i gunakan untuk berbelanja pakaian secara online ?
 - a. Shopee d. Lazada
 - b. Buka Lapak e. Dll
 - c. Tokopedia
5. Seberapa sering saudara/i berbelanja pakaian secara online dalam 3 bulan terakhir ?
 - a. Kurang dari 1 kali c. Lebih dari 3 kali
 - b. 1 – 3 kali

B. Petunjuk Pengisian

1. Mengingat pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuesioner ini sebuah bahan untuk memperoleh data penelitian, maka diminta bantuan dari kesediaan responden untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya.
2. Beri tanda (\surd) pada jawaban yang dianggap paling tepat.

Keterangan :

- | | | | | | |
|-------|---|--------------------|--------|---|---------------------|
| a. SS | = | Sangat Setuju | d. TS | = | Tidak Setuju |
| b. S | = | Setuju | e. STS | = | Sangat Tidak Setuju |
| c. N | = | Netral/Ragu-ragu \ | | | |



3. Daftar Pernyataan Kuesioner Penelitian

HARGA (X1)	SS	S	N	TS	STS
1. Harga yang ditawarkan pada toko online bervariasi dari yang murah sampai yang mahal.					
2. Harga yang ditawarkan pada toko online sesuai dengan kualitasnya.					
3. Harga yang ditawarkan pada toko online lebih murah dibandingkan dengan di toko offline.					
4. Dapat membandingkan harga antara toko online yang satu dengan yang lainnya.					
5. Harga yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.					

KERAGAMAN PRODUK (X2)	SS	S	N	TS	STS
1. Pakaian yang dijual pada toko online lebih beraneka ragam.					
2. Pakaian yang dijual pada toko online memiliki ukuran yang lengkap.					
3. Pakaian yang dijual pada toko online memberikan berbagai pilihan warna yang menarik.					
4. Pakaian yang dijual pada toko online mudah diperoleh.					
5. Proses pengecekan ketersediaan pakaian pada toko online cepat.					
6. Pakaian yang dijual pada toko online memiliki tampilan menarik.					
7. Pakaian yang dijual pada toko online mencantumkan informasi produk yang lengkap dan jelas.					

KEPERCAYAAN (X3)	SS	S	N	TS	STS
1. Penjual memiliki itikad baik untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya.					
2. Penjual mampu menjelaskan tentang produknya yang tidak dimengerti pelanggan.					
3. Percaya bahwa penjual menjamin keamanan dalam bertransaksi.					
4. Percaya bahwa penjual dapat menjaga informasi pribadi saya.					



5. Percaya bahwa penjual akan memberikan jaminan kompensasi kerugian apabila terjadi kerusakan pada pakaian yang dibeli.					
6. Percaya dengan ulasan-ulasan atau testimoni tentang penjual tersebut baik.					
7. Informasi yang diberikan oleh penjual jujur.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	SS	S	N	TS	STS
1. Kemantapan pada pakaian yang saya beli secara online.					
2. Kebiasaan membeli pakaian secara online karena prosesnya mudah dilakukan.					
3. Kebiasaan membeli pakaian secara online karena menghemat waktu.					
4. Merekomendasikan berbelanja pakaian secara online karena puas atas belanja pakaian secara online sebelumnya.					
5. Akan berbelanja pakaian secara online lagi karena puas atas belanja <i>online</i> sebelumnya.					

~Terimakasih~

LAMPIRAN 2

Nama Responden

No	Nama	No	Nama	No	Nama	No	Nama
1	Atika Zurmila	21	Dwi Setiadi	41	Jihan Hafatul 'Ula	61	Sirojul Mutaqin
2	Nurul Khasanah	22	Retno Seani Dewi	42	Erna Wati	62	Nur Laela Sari
3	Rifah Rosyidah	23	Putri Ayu	43	Nur Hartina	63	Novita Suryana
4	Hildaeni Risfiana Solecha	24	Intan Asitasuri	44	Fidda Nawiroh Maulina	64	Nur Elisa Silviana
5	Anita Resti Lestari	25	Nur Hidayah	45	Desi Sandi Maghfiroh	65	Nazar Chamim
6	M. Saiful Annas	26	Khusnul Khotimah	46	Dias Levi Revani	66	Zannita Maula Ika
7	Kisma Novia Fitri	27	Zahratun Nisa	47	Ahmada Hagi	67	Ulfa Dwi Kurnia
8	Dzil Hijjah	28	Tony Nasikhin	48	Ahmad Muttowal	68	Burhanudin
9	Yanu Febrianto	29	Kunnaeni Fatimah	49	Desi Ariyani	69	M. Basit
10	Aulia Rakhman	30	Kholisna	50	Zaenal Asiqin	70	FriLi Rizqila
11	M. Ridho	31	Dhoni Irawan	51	Amin Arifudin	71	Huda Syarif
12	Dini Asrianing Ilmania	32	Anisah	52	Ardiyani Dwi Kurniawan	72	Nurul Handika
13	Ika Yulianti	33	Aniyatin Aniyah	53	Desi Robianisa	73	M. Najib
14	M. Rofi'udin	34	Hikmah	54	Puji Hikmawati	74	Septi Setianingrum
15	M. Khaqiqi	35	Miftahul Anam Fahuda	55	Viraul Jannah	75	Maulana Ibrahim
16	Hilmi Arfa Razak	36	Arista Dwi Astriany	56	Nurul Hidayah	76	Salsa Zahrma
17	Ma'ariful Khaq	37	Tia Fitriani	57	Dian Fitriani	77	Safira Ika Nur Firtiana
18	M. Agung Santoso	38	M. Fahri Akbar	58	Evi Yunita R.	78	Najib
19	Helvi Ixam	39	Nurul Khomsah	59	Hanifah Amini	79	Dian Dwi Yulianto
20	Iis Solekhati	40	Khairunnisa	60	Milzam Hazmy	80	Elfira Eviana

Tabulasi Jawaban Responden

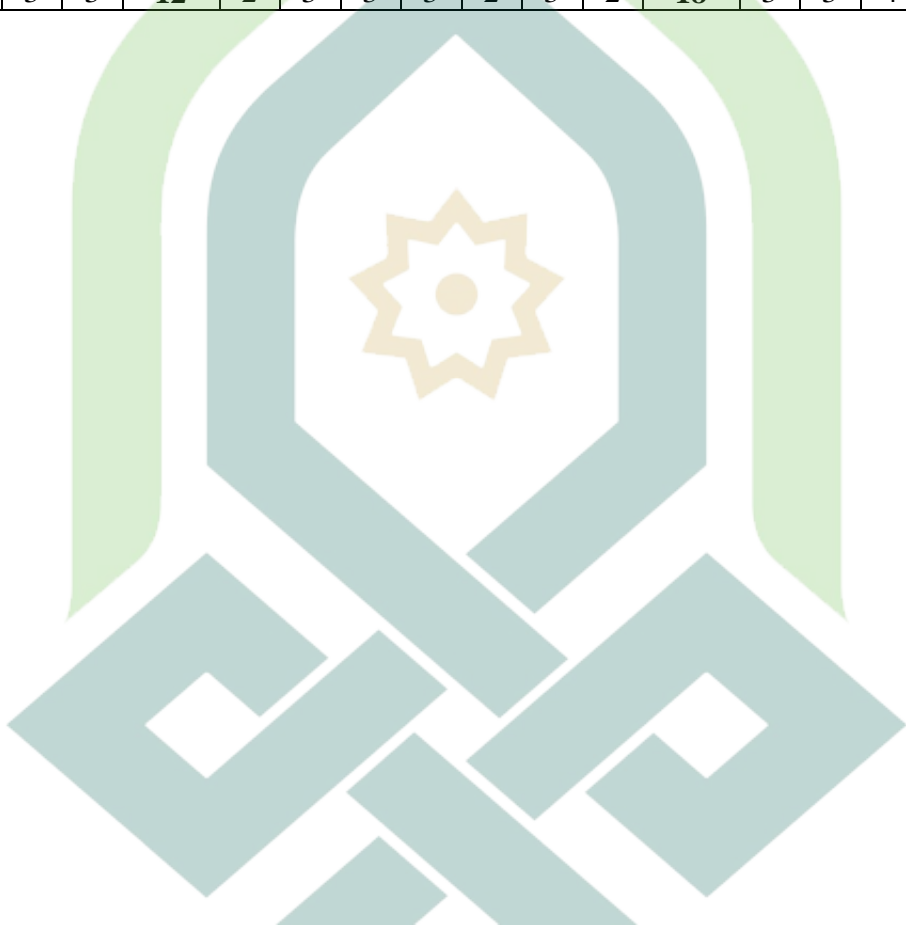
NO.	HARGA (X1)						KERAGAMAN PRODUK (X2)							KEPERCAYAAN (X3)							KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)							
	1	2	3	4	5	JML	1	2	3	4	5	6	7	JML	1	2	3	4	5	6	7	JML	1	2	3	4	5	JML
1	5	3	5	5	5	23	5	3	4	4	4	3	3	26	4	4	4	4	3	3	4	26	5	5	5	5	4	24
2	4	4	4	4	4	20	4	2	4	3	3	4	4	24	3	3	4	3	3	2	4	22	4	4	3	4	3	18
3	5	3	2	3	3	16	4	3	3	4	1	2	3	20	4	5	5	4	3	3	4	28	4	4	5	3	3	19
4	5	3	3	3	4	18	4	3	4	3	3	4	3	24	5	5	5	4	4	4	5	32	4	4	3	3	3	17
5	4	5	4	4	5	22	4	5	4	5	2	3	4	27	5	4	4	4	4	4	4	29	5	5	5	5	3	23
6	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	2	2	3	22	4	2	4	4	5	5	3	27	4	3	4	3	3	17
7	4	4	4	4	5	21	5	2	3	5	3	3	3	24	4	4	4	5	4	5	4	30	3	4	3	4	5	19
8	3	2	2	2	3	12	4	3	4	4	3	3	3	24	4	4	4	4	3	3	4	26	3	2	4	3	2	14
9	3	3	2	2	3	13	4	3	4	3	4	3	2	23	2	5	3	2	4	3	3	22	2	1	3	2	3	11
10	4	4	3	3	5	19	4	4	4	4	2	3	3	24	3	3	4	3	3	3	4	23	5	3	4	2	3	17
11	2	3	2	3	5	15	4	2	4	4	3	2	3	22	3	5	3	3	2	5	5	26	4	2	3	1	2	12
12	4	3	3	2	2	14	2	3	3	3	2	5	3	21	5	4	4	4	3	4	4	28	4	4	2	3	3	16
13	3	4	4	3	4	18	4	4	4	5	3	2	2	24	4	3	3	4	2	4	5	25	5	4	2	5	5	21
14	3	4	3	3	4	17	4	4	3	4	4	4	4	27	4	4	4	4	3	5	4	28	4	4	4	4	3	19
15	4	5	4	3	4	20	5	4	3	3	2	3	4	24	3	4	3	4	5	5	3	27	5	4	4	5	5	23
16	3	4	3	4	3	17	3	3	3	2	2	2	3	18	4	5	4	3	3	5	4	28	4	4	3	4	4	19
17	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	5	3	28	5	4	4	4	5	3	4	29	4	4	5	4	4	21
18	3	4	4	5	4	20	5	5	4	4	2	4	3	27	4	4	5	5	4	5	5	32	4	3	3	4	3	17
19	4	3	4	4	4	19	5	3	5	3	3	3	2	24	3	2	3	3	3	5	3	22	4	4	2	4	4	18
20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	3	4	4	3	3	5	4	26	3	3	5	3	3	17
21	4	4	3	3	5	19	4	4	4	4	4	4	4	28	4	5	5	4	3	3	3	27	3	2	5	5	4	19



22	4	4	4	5	5	22	5	3	5	5	5	5	4	32	4	4	4	5	4	4	5	30	4	5	5	5	3	22
23	4	4	2	4	3	17	3	4	3	4	4	5	4	27	5	4	4	4	4	4	3	28	3	4	3	4	4	18
24	3	3	3	3	3	15	4	3	4	3	4	4	3	25	2	2	2	4	3	4	3	20	2	3	3	3	2	13
25	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	5	4	3	4	28	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	4	3	3	4	27	5	5	5	5	4	24
27	5	4	4	3	4	20	4	4	4	5	4	4	4	29	4	5	2	4	4	4	4	27	4	4	5	4	3	20
28	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	4	4	4	32	4	4	4	4	3	3	4	26	5	5	5	5	5	25
29	3	3	4	3	3	16	4	3	3	4	3	3	1	21	3	4	3	3	3	3	3	22	3	2	3	3	2	13
30	4	3	4	5	4	20	5	4	5	4	3	4	4	29	4	4	4	4	5	5	5	31	3	4	5	5	5	22
31	1	3	3	3	4	14	4	3	4	4	3	2	3	23	4	5	4	4	3	3	4	27	3	3	3	3	3	15
32	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	4	4	30	3	3	4	3	5	3	4	25	4	4	5	4	4	21
33	4	3	3	3	4	17	4	3	3	4	4	4	3	25	4	5	5	4	3	3	4	28	4	4	4	4	4	20
34	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	5	4	4	4	5	32	3	4	4	3	4	18
35	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	2	3	3	23	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	3	4	4	19
36	2	2	2	3	3	12	4	3	3	2	1	2	3	18	2	2	2	4	3	3	3	19	4	3	1	4	3	15
37	5	3	3	4	4	19	3	3	3	4	3	3	4	23	4	4	4	5	4	5	4	30	4	4	5	4	4	21
38	2	2	3	3	3	13	2	2	2	2	2	4	2	16	4	4	4	4	3	3	4	26	3	3	2	3	3	14
39	4	4	3	3	4	18	5	3	4	2	2	3	2	21	2	4	2	4	3	3	4	22	3	3	3	3	2	14
40	2	4	4	3	2	15	4	3	4	4	3	2	4	24	3	3	4	3	1	3	3	20	4	2	2	3	2	13
41	5	4	5	4	4	22	5	4	5	5	5	4	3	31	5	2	3	3	3	3	3	22	4	4	5	4	5	22
42	3	4	3	4	4	18	3	4	3	4	3	3	2	22	5	4	4	4	4	4	4	29	3	3	5	3	5	19
43	5	5	4	4	5	23	5	4	3	4	5	4	3	28	4	5	5	4	4	4	5	31	4	4	5	3	4	20
44	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	3	3	4	26	4	3	4	4	4	19
45	3	4	4	4	4	19	5	3	3	5	3	3	4	26	3	1	3	3	3	2	3	18	4	3	2	3	4	16
46	3	2	4	4	3	16	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	3	5	4	27	3	3	4	3	3	16

47	3	2	2	4	3	14	4	4	3	4	3	3	4	25	4	4	4	4	3	3	4	26	2	4	3	4	3	16
48	2	5	4	3	2	16	4	3	4	4	3	2	3	23	4	4	5	5	4	5	5	32	4	4	4	4	5	21
49	4	2	3	3	3	15	2	4	4	3	4	1	3	21	3	3	1	3	3	3	3	19	3	2	2	2	3	12
50	4	3	4	4	4	19	5	3	4	4	4	4	4	28	3	3	3	3	3	3	4	22	4	3	1	3	4	15
51	4	2	3	3	3	15	5	3	4	3	3	3	3	24	4	5	5	4	3	2	4	27	3	3	3	4	4	17
52	2	3	5	4	4	18	4	2	4	3	2	4	3	22	5	5	5	4	4	4	5	32	3	4	3	5	5	20
53	4	4	5	3	3	19	5	3	4	3	2	5	3	25	5	4	5	4	4	4	4	30	4	4	2	5	4	19
54	3	3	5	4	3	18	4	3	2	4	4	2	4	23	4	4	1	2	3	3	3	20	4	2	4	3	3	16
55	3	5	4	3	3	18	4	2	3	4	2	3	2	20	4	4	5	5	4	5	4	31	4	3	3	3	4	17
56	3	3	3	1	4	14	2	3	3	3	3	3	3	20	4	2	4	4	3	3	4	24	3	2	2	2	3	12
57	5	5	5	4	5	24	5	3	4	4	4	5	3	28	4	5	5	4	4	4	5	31	5	5	5	5	5	25
58	4	5	2	3	4	18	4	5	4	3	4	4	4	28	4	4	3	4	3	3	4	25	5	5	3	5	4	22
59	5	3	4	4	4	20	4	3	3	4	3	3	4	24	3	4	2	2	3	3	3	20	4	4	2	4	4	18
60	4	4	4	4	5	21	4	2	3	4	2	4	4	23	4	5	4	4	5	5	5	32	4	3	5	4	3	19
61	3	4	4	3	4	18	3	3	3	2	3	1	2	17	4	5	3	4	3	3	4	26	5	5	2	5	5	22
62	5	4	3	4	4	20	3	4	3	2	4	4	5	25	3	3	2	3	3	2	4	20	3	5	3	5	4	20
63	5	3	4	3	3	18	4	4	5	4	3	4	3	27	4	5	5	4	3	3	4	28	4	4	5	4	4	21
64	4	3	4	5	4	20	5	5	3	3	3	4	2	25	5	5	5	4	4	4	5	32	5	3	5	3	4	20
65	4	5	5	5	4	23	5	4	3	3	4	2	3	24	5	5	4	4	4	4	4	30	3	4	5	4	4	20
66	4	4	4	3	4	19	4	4	4	5	3	5	3	28	4	1	2	2	3	3	3	18	5	5	2	5	5	22
67	3	3	5	3	3	17	3	5	3	3	3	4	3	24	4	5	4	5	4	5	4	31	4	4	4	4	4	20
68	2	4	3	4	1	14	3	3	3	3	3	2	3	20	4	3	4	4	3	3	4	25	3	2	2	1	3	11
69	2	2	2	3	3	12	2	3	3	3	2	3	2	18	4	2	2	1	3	3	4	19	3	1	1	2	2	9
70	4	3	3	4	4	18	5	4	3	4	4	3	4	27	3	5	4	3	4	4	3	26	4	4	4	5	5	22
71	4	2	3	3	3	15	2	2	3	4	3	3	3	20	3	2	3	3	3	3	3	20	4	2	2	2	2	12

72	5	5	5	5	3	23	5	5	5	5	4	4	4	32	5	4	4	4	4	4	29	5	5	5	5	25
73	4	3	4	5	4	20	4	4	4	4	3	3	4	26	4	5	5	4	4	4	31	5	5	4	4	21
74	2	3	3	3	4	15	2	3	3	3	3	2	3	19	4	2	4	4	3	3	24	3	4	2	4	16
75	2	5	5	4	4	20	3	4	3	3	3	4	3	23	3	4	3	5	3	3	22	3	4	3	4	17
76	4	3	3	3	3	16	4	3	4	4	3	3	4	25	5	3	4	5	3	5	29	4	4	5	4	21
77	5	4	4	4	4	21	5	5	3	3	2	3	2	23	4	4	4	4	3	3	26	3	5	3	3	18
78	5	2	5	3	4	19	4	4	4	4	3	4	2	25	4	4	5	5	5	5	33	4	4	5	4	21
79	5	3	3	4	4	19	5	4	4	4	4	3	3	27	3	3	3	4	3	3	22	5	4	5	4	22
80	1	2	3	3	3	12	2	3	3	3	2	3	2	18	3	3	4	4	3	3	24	2	3	2	3	13



LAMPIRAN 3

1. Uji Validitas Data

a. Harga (X1)

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	Total_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	,239*	,275*	,301**	,381**	,674**
	Sig. (2-tailed)		,032	,013	,007	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X1_2	Pearson Correlation	,239*	1	,414**	,311**	,333**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,032		,000	,005	,003	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X1_3	Pearson Correlation	,275*	,414**	1	,473**	,289**	,711**
	Sig. (2-tailed)	,013	,000		,000	,009	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X1_4	Pearson Correlation	,301**	,311**	,473**	1	,355**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,007	,005	,000		,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80
X1_5	Pearson Correlation	,381**	,333**	,289**	,355**	1	,676**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,009	,001		,000
	N	80	80	80	80	80	80
Total_X1	Pearson Correlation	,674**	,672**	,711**	,689**	,676**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Keragaman produk (X2)

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	Total_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	,291**	,487**	,410**	,285	,242	,221	,643**
	Sig. (2-tailed)		,009	,000	,000	,011	,031	,049	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_2	Pearson Correlation	,291**	1	,309**	,260*	,365**	,298**	,295**	,618**
	Sig. (2-tailed)	,009		,005	,020	,001	,007	,008	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_3	Pearson Correlation	,487**	,309**	1	,430**	,361**	,314**	,249*	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005		,000	,001	,005	,026	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_4	Pearson Correlation	,410**	,260*	,430**	1	,403**	,261*	,368**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,000	,020	,000		,000	,019	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_5	Pearson Correlation	,285	,365**	,361**	,403**	1	,362**	,431**	,710**
	Sig. (2-tailed)	,011	,001	,001	,000		,001	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_6	Pearson Correlation	,242	,298**	,314**	,261*	,362**	1	,317**	,632**
	Sig. (2-tailed)	,031	,007	,005	,019	,001		,004	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X2_7	Pearson Correlation	,221	,295**	,249*	,368**	,431**	,317**	1	,626**
	Sig. (2-tailed)	,049	,008	,026	,001	,000	,004		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Total_X2	Pearson Correlation	,643**	,618**	,666**	,674**	,710**	,632**	,626**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Kepercayaan (X3)

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	Total_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	,310**	,511**	,337**	,311**	,252**	,419**	,656**
	Sig. (2-tailed)		,005	,000	,002	,005	,024	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_2	Pearson Correlation	,310**	1	,476**	,308**	,264**	,248**	,411**	,675**
	Sig. (2-tailed)	,005		,000	,005	,018	,026	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_3	Pearson Correlation	,511**	,476**	1	,535**	,306**	,269**	,529**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,006	,016	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_4	Pearson Correlation	,337**	,308**	,535**	1	,332**	,362**	,317**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,002	,005	,000		,003	,001	,004	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_5	Pearson Correlation	,311**	,264**	,306**	,332**	1	,446**	,280**	,603**
	Sig. (2-tailed)	,005	,018	,006	,003		,000	,012	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_6	Pearson Correlation	,252**	,248**	,269**	,362**	,446**	1	,342**	,615**
	Sig. (2-tailed)	,024	,026	,016	,001	,000		,002	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X3_7	Pearson Correlation	,419**	,411**	,529**	,317**	,280**	,342**	1	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,004	,012	,002		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Total_X3	Pearson Correlation	,656**	,675**	,786**	,672**	,603**	,615**	,690**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Keputusan pembelian secara online (Y)

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Total_Y
Y_1	Pearson Correlation	1	,508**	,284*	,430**	,385**	,660**
	Sig. (2-tailed)		,000	,011	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80
Y_2	Pearson Correlation	,508**	1	,357**	,758**	,592**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80
Y_3	Pearson Correlation	,284*	,357**	1	,340**	,299**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,011	,001		,002	,007	,000
	N	80	80	80	80	80	80
Y_4	Pearson Correlation	,430**	,758**	,340**	1	,640**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002		,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80
Y_5	Pearson Correlation	,385**	,592**	,299**	,640**	1	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,007	,000		,000
	N	80	80	80	80	80	80
Total_Y	Pearson Correlation	,660**	,847**	,656**	,835**	,758**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



2. Uji Reliabilitas Data

a. Harga (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	5

b. Keragaman produk (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	7

c. Kepercayaan (X3)

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	7

d. Keputusan pembelian secara online (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	5

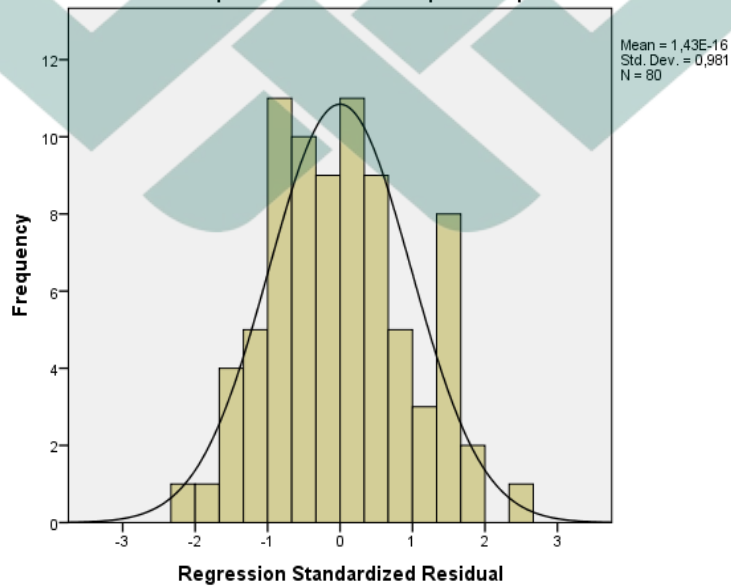
3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Grafik Histogram

Histogram

Dependent Variable: Keputusan pembelian





Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,15205447
	Absolute	,060
Most Extreme Differences	Positive	,060
	Negative	-,055
Kolmogorov-Smirnov Z		,537
Asymp. Sig. (2-tailed)		,935

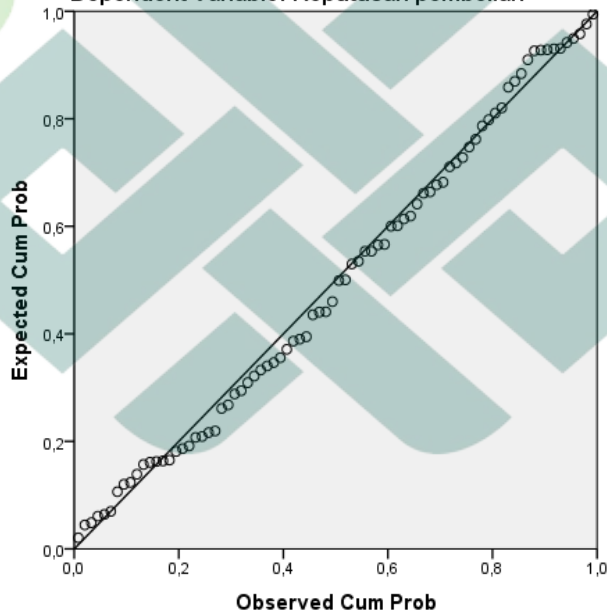
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Grafik Normal Probability-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan pembelian

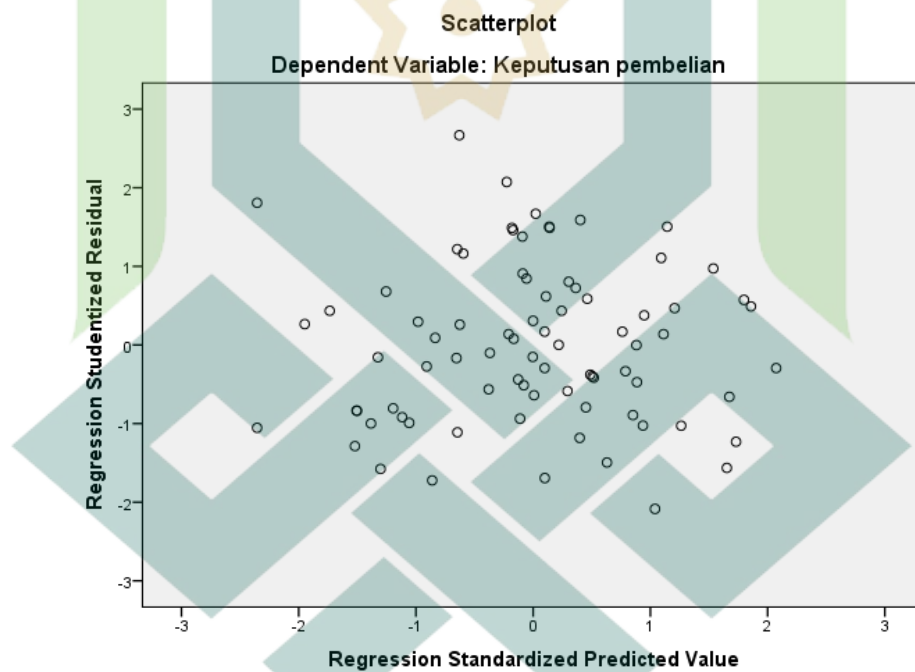


b. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-5,129	2,078		-2,469	,016		
Harga	,623	,108	,512	5,747	,000	,556	1,800
1 Keragaman produk	,233	,083	,246	2,827	,006	,583	1,716
Kepercayaan	,246	,064	,266	3,829	,000	,913	1,095

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

c. Grafik Uji Heteroskedastisitas



4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5,129	2,078		-2,469	,016
Harga	,623	,108	,512	5,747	,000
1 Keragaman produk	,233	,083	,246	2,827	,006
Kepercayaan	,246	,064	,266	3,829	,000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

5. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5,129	2,078		-2,469	,016
Harga	,623	,108	,512	5,747	,000
1 Keragaman produk	,233	,083	,246	2,827	,006
Kepercayaan	,246	,064	,266	3,829	,000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	724,012	3	241,337	50,131	,000 ^b
1 Residual	365,876	76	4,814		
Total	1089,887	79			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keragaman produk, Harga

c. Uji koefisien determinasi

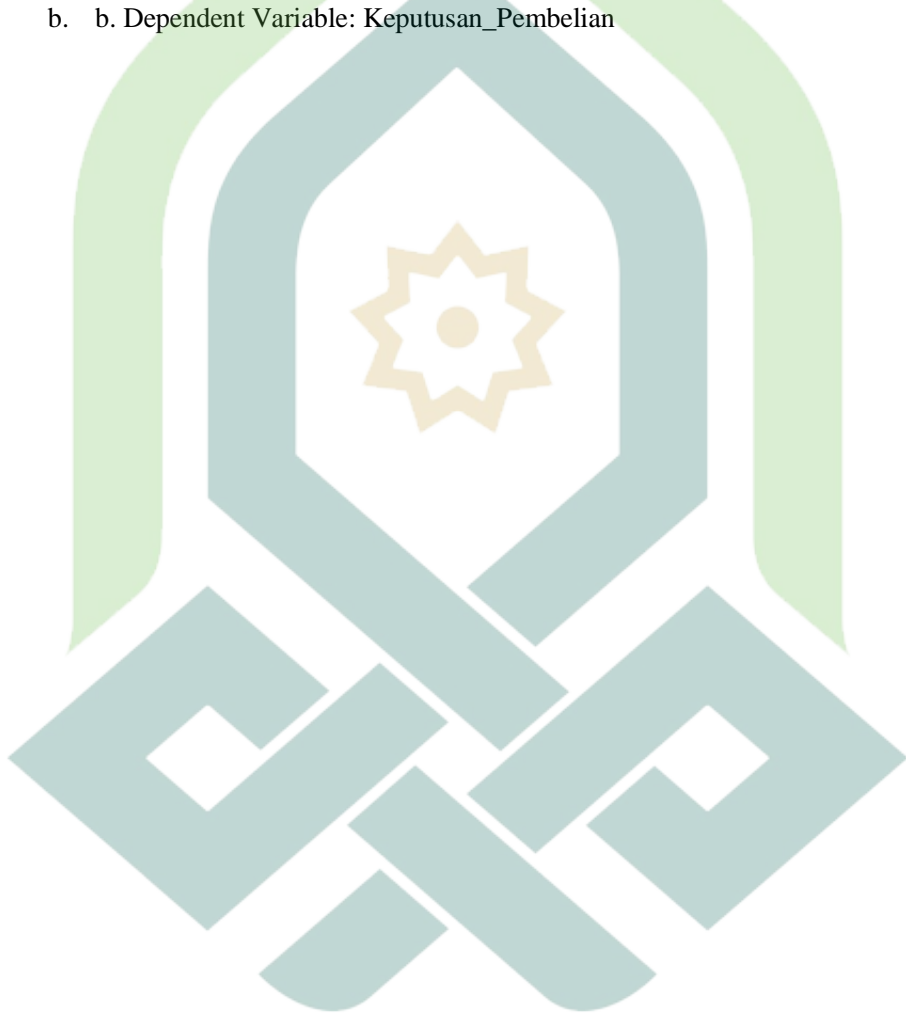


Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815 ^a	,664	,651	2,19412

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Keragaman produk, Harga

b. b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

1. Nama : Widya Ariyani
2. Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 13 Juni 1995
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Jl. Mataram No. 18 RT. 05 RW. 02
Kalipucang Wetan Batang
6. No. Handphone : 0878 3092 8181
7. Email : widyariyani13@gmail.com

II. Riwayat Pendidikan Formal

1. SD Kasepuhan 04 Batang (2001 - 2007)
2. SMP Negeri 1 Batang (2007 - 2010)
3. SMA Negeri 1 Batang (2010 - 2013)
4. IAIN Pekalongan Angkatan 2014

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 173/In.30/TU.IV.2/TL.04/02/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Hamdi, M.H.
NIP : 196904142002121005
 Jabatan : Kasubbag. Akademik Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Pekalongan

Menerangkan bahwa :

Nama : Widya Ariyani
NIM : 2013214459
Jurusan : Ekonomi Syariah

Melaksanakan Penelitian pada Bulan Desember 2018.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 25 Februari 2019

a.n Dekan,
Kabag TU
u.b Kasubbag. AKMA



M. Hamdi

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Perpustakaan IAIN Pekalongan



Perpustakaan IAIN Pekalongan

Nomor : 180/In.30/F.IV/TT.00/02/2019
Tempat : -
Tgl : Permohonan Izin Penelitian

25 Februari 2019

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Widya Ariyani
NIM : 2013214459

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan
Shinta Dewi Rismawati



KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : WIDYA ARIYANI
NIM : 2013214459
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : widyariyani13@gmail.com
No. Hp : 0878-3092-8181

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :
PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PAKAIAN SECARA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

ISLAM IAIN PEKALONGAN

peserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengallh-media/format kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 27 Maret 2019

(Widya Ariyani)
nama terang dan tanda tangan penulis

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)

Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan