

**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN *TRANSFER BANK*,
GRATIS ONGKOS KIRIM, DAN *REVIEW* PEMBELI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PLATFROM
*E-COMMERCE SHOPEE***

SKRIPSI

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



Oleh:

IKA ROEKANAH

NIM(4220122)

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN *TRANSFER BANK*,
GRATIS ONGKOS KIRIM, DAN *REVIEW* PEMBELI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PLATFROM
*E-COMMERCE SHOPEE***

SKRIPSI

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



Oleh:

IKA ROEKANAH

NIM 4220122

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangandi bawah ini:

Nama : Ika Rockanah

NIM : 4220122

Judul : **Pengaruh Sistem Pembayaran Transfer Bank, Gratis**
Skripsi **Ongkos Kirim, Dan Review Pembeli Terhadap Keputusan**
Pembelian Di Platfrom E-Commerce Shopee

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 12 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Ika Roekanah

NIM.4220122

NOTA PEMBIMBING

Versiandika Yudha Pratama M.M

Bulakan, Rt 01, Rw 02, Belik, Pemalang, Jawa Tengah

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Ika Roekamah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara :

Nama : **Ika Roekamah**

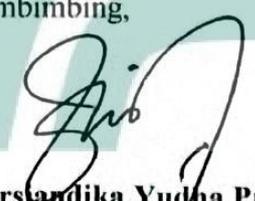
NIM : **4220122**

Judul Skripsi : **Pengaruh Sistem Pembayaran Transfer Bank, Gratis Ongkos Kirim, Dan Review Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian Di Platfrom E-Commerce Shopee**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 12 Juni 2024
Pembimbing,


Versiandika Yudha Pratama M.M
NIP. 199101162019031006



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51181
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **Ika Rockanah**
NIM : **4220122**
Judul Skripsi : **Pengaruh Sistem Pembayaran Transfer Bank,
Gratis Ongkos Kirim, Dan Review Pembeli
Terhadap Keputusan Pembelian Di Platfrom E-
Commerce Shopee**
Dosen Pembimbing : **Versiandika Yudha Pratama, M.M**

Telah diajukan hari Senin tanggal 17 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Dr.H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag.

NIP. 196912271998031004

Husni Awali, M.M

NIP. 198909292019031016

Pekalongan, 17 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Deyi Rismawati, S.H, M.H.

NIP. 197502201999032001

MOTTO

Rasa **malas** pada dirimu akan menciptakan sebuah **kesengsaraan**,
keterpurukan, **kesialan** dan rasa amat **malu** yang akan ditanggung olehmu.

Ta'lim Muta'lim

Jangan biarkan kata menyerah menyentuh pundakmu, karena **Ambisi** yang kuat
akan menentukan **hasil akhir**

Ning Shema

Usaha yang sudah kamu laksanakan dengan segala **kemampuanmu**, maka
serahkanlah segalanya kepada **allah** dan dekatkanlah dirimu kepada-Nya.

Abah Fakhruddin (pengasuh Ittihadus'syafiiyah)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas semua keterbatasan dan banyaknya kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Ahmad Roji dan Ibu Siti Awalina yang selalu memberikan doa sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi ini,
2. Kakaku Dewi Fitrotun Nafisah, Kedua adikku tercinta, Muhammad Nur Ibrahim dan Muhammad Hisyam Al-Ghifari dan Saudaraku Atiek Fauzi, Solihatun dan Aminuddin Syafi' yang telah menjadi penyemangat serta menjadi garda terdepan tempat keluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini,
3. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

4. Dosen Pembimbing skripsi saya Bapak Versiandika Yudha Pratama M.M. yang telah berkenan meluangkan waktunya membimbing dan mensupport saya dalam pembuatan skripsi ini,
5. Dosen Wali saya ibu Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. yang berjasa memberikan saran selama perkuliahan ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi
6. Sahabat saya Raihani Alin Nuraini terimakasih telah menjadi sahabat dari awal mencari ilmu di UIN Gusdur tercinta ini, dan menjadi teman berkeluh kesah selama masa skripsian ini.
7. sahabat saya Rizka, Ana Choirrun, Dinda, Isna, Nikmah, Nanda, Zuhriyah, Nalay, Sukma, Annie, Milati, Putri, mba Fatma, mba Arum, kang Aryf Rizki, Rifki, Odik dan santri putra dan putri di Pondok Pesantren Ittihadus Syafi'iyah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu saya berupa doa, support, tenaga dan saran pada pelaksanaan skripsi ini

ABSTRAK

IKA ROEKANAH. Pengaruh Sistem Pembayaran Transfer Bank, Gratis Ongkos Kirim, Dan *Review* Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian Di Platfrom *E-Commerce* Shopee.

Shopee menjadi situs *e-commerce* yang memiliki kunjungan terbanyak dari situs lainnya. Berbelanja dengan online di platform *e-commerce* menjadi suatu pertimbangan dalam keputusan pembelian karena praktis, dan efisien dapat menghemat waktu dan tenaga. Konsumen ketika akan melangsungkan berbelanja dan sebelum memutuskan pembelian konsumen memiliki pengamatan tentang produk yang ingin dibeli contoh dari pertimbangannya seperti sistem pembayaran yang menggunakan transfer bank, lalu terdapat gratis ongkir dan adanya *review* pembelian. Tujuannya untuk Mengetahui pengaruh sistem pembayaran transfer bank, gratis ongkir dan *review* pembeli terhadap keputusan pembelian di shopee.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan metode skala likert dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS 29.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Sistem Pembayaran Transfer Bank tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Gratis Ongkos Kirim tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan *Review* Pembeli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian secara simultan, Sistem Pembayaran Transfer Bank, Gratis Ongkos Kirim dan *Review* Pembeli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di platfrom *e-commerce* shopee.

Kata kunci: Sistem Pembayaran Transfer Bank, Gratis Ongkir, *Review* Pembeli dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

IKA ROEKANAH. Pengaruh Sistem Pembayaran Transfer Bank, Gratis Ongkos Kirim, Dan *Review* Pembeli Terhadap Keputusan Pembelian Di Platfrom *E-Commerce* Shopee.

Shopee is the e-commerce site that has the most visits than other sites. Shopping online on e-commerce platforms is a consideration in purchasing decisions because it is practical and efficient and can save time and energy. When consumers are going to shop and before deciding to purchase, consumers have observations about the products they want to buy, examples of considerations such as payment methods that use bank transfers, free shipping and purchase reviews. The aim is to find out the influence of bank transfer payment System, free shipping and buyer reviews on purchasing decisions at Shopee.

This research is a type of quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire with a Likert scale method using a sample of 100 respondents. The sampling technique uses the accidental sampling method. This research uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of IBM SPSS 29.

Partial research results show that the Bank Transfer Payment System does not have a significant effect on Purchasing Decisions, Free Shipping does not have a significant effect on Purchasing Decisions, and Buyer Reviews have a significant effect on Purchasing Decisions. Then simultaneously, the Bank Transfer Payment System, Free Shipping and Buyer Reviews have a significant influence on Purchase Decisions on the Shopee e-commerce platform.

Keywords: Bank Transfer Payment System, Free Shipping, Buyer Reviews and Purchase Decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak H. Muhammad Sulthoni, Lc., M.A, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Versiandika Yudha Pratama M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
6. Ibu Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)

7. Orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan bantuan dukungan material, doa dan moral;
8. Bapak kyai Fakhruddin dan Ibu nyai Rumsah selaku pengasuh pondok pesantren Ittihadus'syafiiyah yang telah mencurahkan segala doa dan ilmu kepada saya.
9. Sahabat saya baik di perkuliahan dan di Pondok Pesantren Ittihadus Syafi'iyah yang telah banyak membantu, baik doa maupun motivasi serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Diri saya sendiri, Terimakasih telah berjuang dan bertahan sejauh ini dengan begitu baik dengan segala ujian kehidupan yang begitu beragam.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam penelitian tentang profitabilitas bank syariah.

Pekalongan, 12 Juni 2024



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Landasan Teori.....	16
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i>	16
2. Keputusan pembelian	18
3. Sistem Pembayaran Transfer bank	20
4. Gratis Ongkos Kirim	22
5. <i>Review</i> pembeli.....	24

B. Telaah Pustaka	27
C. Kerangka Berfikir.....	30
D. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Pendekatan Penelitian	35
C. Populasi Penelitian.....	36
D. Sampel Penelitian.....	36
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
F. Definisi Operasional Variabel.....	38
G. Sumber Data.....	39
H. Teknik Pengumpulan Data	39
I. Metode Analisis Data.....	40
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Uji instrumen.....	41
3. Uji asumsi klasik	42
4. Analisis Regresi Linear Berganda	43
5. Uji Hipotesis.....	44
6. Uji Koefisien Deteminan (R^2)	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Deskripsi Data.....	46
B. Analisis Data	51
C. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	I
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	XXV

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian 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 system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu 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	Ś	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	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	Sy	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

2. Vokal

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

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرآة جميلة ditulis *mar'atunjamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang samadengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan Sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

6. 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 *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kode virtual account di platform shopee.....	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	38
Tabel 3. 2 Tabel skala likert.....	40
Tabel 4. 1 Nilai Rata-rata X1	46
Tabel 4. 2 Nilai Rata-rata X2	47
Tabel 4. 3 Nilai Rata-rata X3	49
Tabel 4. 4 Nilai Rata-rata Y	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas X1, X2 dan X3	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Y.....	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis (t).....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis (F).....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lima <i>E-commerce</i> indonesia (Kuartal 1 tahun 2023)	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4. 1 Hasil Uji Plot Normalitas	54
Gambar 4. 2 Hasil Scatterplot heteroskedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian..... I
Lampiran 2 kuesioner Penelitian.....II
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden IV
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis DataXV



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital beberapa aktivitas lebih mudah menggunakan media sosial atau biasa disebut medsos. Pada tahun 2020 Indonesia dan banyak negara-negara terpapar oleh *virus covid-19* yang menyebabkan masyarakat diharuskan *lockdown* atau karantina. Setelah *virus covid-19* mulai menyebar, keadaan ekonomi semakin memburuk dan banyak perusahaan gulung tikar (Sa'adah et al., 2022). Masyarakat telah melewati *pandemi* yang sangat panjang yang menyebabkan masyarakat lebih banyak menghabiskan waktunya dengan teknologi, seperti menggunakan medsos dalam bidang *e-commerce*, hiburan, permainan dan lain sebagainya.

Perkembangan teknologi khususnya *E-commerce* saat ini begitu pesat. Hampir segala informasi terbaru bisa diperoleh, sehingga dapat memudahkan berhubungan dengan pelanggan ketika pengiriman data dan informasi antara orang yang terlibat dengan cepat (Noverdiansyah et al., 2022). Dalam kehidupan masyarakat modern ataupun masyarakat yang sedang berkembang Teknologi menjadi salah satu bagian terpenting. Karena perkembangan kehidupan masyarakat, berdampak juga pada perkembangan teknologi yang semakin melejit dan berjalan cepat sesuai kebutuhan masyarakat modern. Perkembangan teknologi juga menjadikan banyak platform *e-commerce* yang bermunculan.

Islam mendefinisikan jual beli atau *e-commerce* sejalan dengan firman Allah dalam surat al-Nisa ayat 29:

“ Yā ayyuhallāzīna āmanū lā ta`kulū amwālakum bainakum bil-bāṭili illā an takūna tijāratan 'an tarāḍim mingkum”

Artinya “ hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesama secara batil, kecuali bila berlaku dalam perdagangan atas dasar suka sama suka”

Dari ayat di atas, Islam mengajarkan bahwa ketika jual beli maka harus terdapat adanya kesepakatan antaran penjual dan pembeli. Sehingga adanya senang pada penjual dan pembeli.

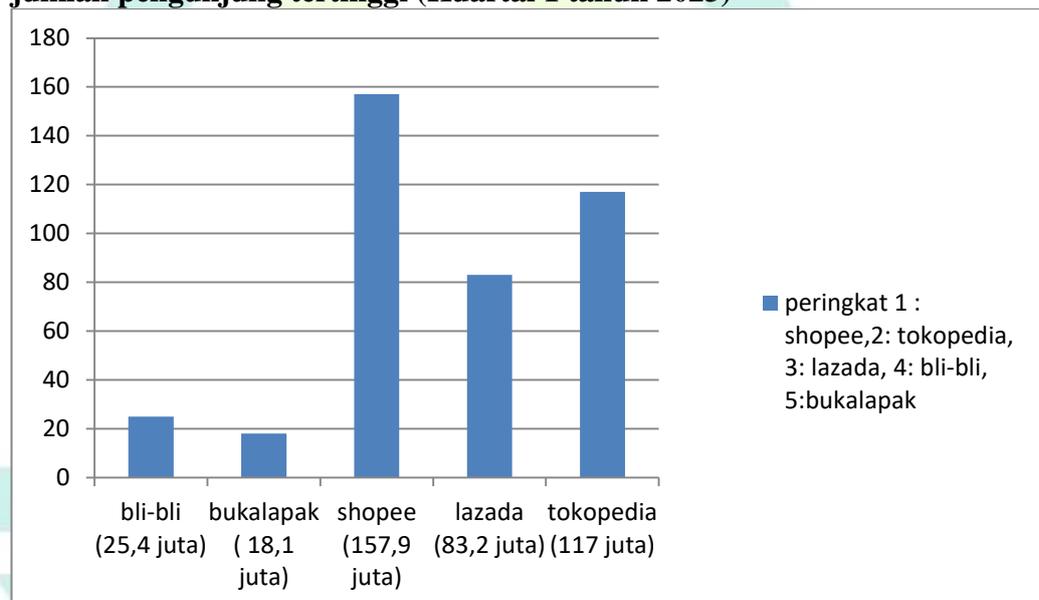
Menurut Laudon dan Traver, yang mengatakan bahwa *e-commerce* (*Electronic Commerce*) merupakan proses dimana terjadinya jual dan beli produk ataupun jasa, yang dilakukan secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan perantara komputer untuk transaksi bisnis. *E-commerce* bermanfaat mengurangi beberapa biaya jika dibandingkan dengan toko offline. Waktu yang dihabiskan untuk bertransaksi juga bisa lebih singkat. Bahkan *e-commerce* juga dapat meningkatkan hubungan penjual dan pembeli (Hoffman, 2023).

E-commerce juga didefinisikan sebagai rangkaian tindakan yang berkaitan dengan transaksi barang atau jasa baik di dalam negeri maupun di luar negeri dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi yang dilakukan melalui berbagai perangkat dan prosedur elektronik (Rahman et al., 2021). Dengan

munculnya *e-commerce* yang bertujuan agar para konsumen berbelanja dirumah tanpa harus datang ke ruko- ruko, membuat konsumen merasakan begitu mudahnya dalam berbelanja. Dan bermunculan juga aplikasi aplikasi berbelanja Seperti aplikasi shoppe, lazada, tokopedia, bli-bli, bukalapak dan masih banyak lagi.

E-commerce di indonesia berlomba-lomba untuk menjadi platform berbelanja online dengan peringkat pertama dan jumlah pengunjung tertinggi. Seperti halnya data dibawah ini:

Gambar 1.1 Lima platform *E-commerce* indonesia dengan jumlah pengunjung tertinggi (Kuartal 1 tahun 2023)



Sumber: databoks.katadata.co.id 2023

Menurut grafik data Similar Web di atas, Terdapat 5 situs *e-commerce* terbesar di Indonesia setiap bulan dari Januari hingga Maret 2023, yakni shopee mendapat rata-rata 157,9 juta kunjungan setiap bulan, Tokopedia menerima 117 juta kunjungan setiap bulan, Lazada menerima 83,2 juta kunjungan, BliBli menerima 25,4 juta kunjungan, dan Bukalapak

menerima 18,1 juta kunjungan setiap bulan. Bisa disimpulkan bahwa pada kuartal 1 tahun 2023 shopee menjadi situs *e-commerce* yang memiliki kunjungan terbanyak dari situs lainnya.

Shopee adalah platform jual beli online yang berbasis aplikasi online yang menawarkan harga menarik mulai dari yang paling murah hingga yang paling mahal dan fitur-fitur lainnya (Andiani, 2019). Shopee memiliki sistem filter yang dapat mensortir produk termurah ke mahal, sehingga produknya terlihat valid semua. Barang-barang di shopee jauh lebih beragam dan jauh lebih banyak, shopee memberikan pembeli pilihan atas jasa ekspedisi yang akan digunakan, sehingga keputusan ekspedisi mana yang akan digunakan ada di tangan pembeli. Dapat disimpulkan dari data di atas kita bisa mencari perilaku konsumen seperti apa yang memutuskan untuk mengunjungi ataupun membeli di situs shopee.

Keputusan pembelian berkaitan dengan perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan pembelian. Maka, sebuah Perusahaan dituntut memenuhi kebutuhan konsumen. Schiffman dan Kanuk (2010) mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu indakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melaku pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif (Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, 2011). Pengambilan keputusan pembelian adalah proses penggabungan pengetahuan evaluasi dalam memilih salah satu diantara dua perilaku pemilihan atau lebih (Sopiah dan Sangadji, 2013). Begitupun

dengan shopee harus mengetahui perilaku konsumen dalam mengambil keputusan sehingga memakai platform shopee.

Keputusan pembelian pada teknologi digital merupakan proses seleksi yang kaitannya dengan karakter konsumen, kualitas website, perilaku saat pembelian dengan pergantian tren pembelian dari berbelanja offline ke berbelanja online (Mahkota, 2014). Berlimpahnya platform digital yang terbentuk, maka melancarkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Berbelanja dengan online di platform *ecommerce* menjadi suatu pertimbangan dalam keputusan pembelian karena praktis, dan efisien dapat menghemat waktu dan tenaga. Konsumen ketika akan melangsungkan berbelanja dan sebelum memutuskan pembelian, konsumen memiliki pengamatan tentang produk yang ingin dibeli, contoh dari pertimbangannya seperti: sistem pembayaran yang menggunakan pembayaran transfer bank, lalu terdapat gratis ongkir dan adanya *review* pembelian.

Sistem pembayaran mengacu pada rencana kerja yang tersusun dari gabungan aturan, hukum, yang sistem pembayarannya beroperasi dibidang perniagaan yang diantara dua lembaga dengan sejumlah aset yang dimiliki dengan menggunakan metode angsuran yang diakui dan disetujui sebagai alat pembayaran (Shabrina et al., 2017). Sistem pembayaran di platform *ecommerce* shopee terdapat beberapa opsi metode yang bisa dipilih oleh konsumen salah satunya transfer bank.

Pada aplikasi marketplace Shopee, setiap transaksi pembayaran atas pembelian produk ada 13 pilihan metode pembayaran, salah satunya melalui transfer bank yaitu dengan *Virtual Account*. Proses membayar dengan transfer bank ialah pemenuhan atau membayar dengan cara konsumen mengirimkan sejumlah dana memakai rekening bank semacam mentransfer antar nasabah (Handayani, 2022). Terdapat 7 *virtual account* untuk Pembayaran pesanan menggunakan sistem transfer bank yaitu seperti: SeaBank, Bank BCA, Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Permata, dan Bank Syariah Indonesia. Pada setiap penggunaan *virtual account* terdapat kode masing-masing.

Pada saat ini fitur perbankan bisa diakses melalui gadget yang biasa di sebut dengan *mobile banking* atau *m-banking* merupakan layanan perbankan yang disediakan oleh bank melalui media telepon genggam yang menyebabkan nasabah tidak perlu ke bank, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui pesan singkat (sms) ke pusat layanan yang disediakan oleh bank (Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, 2011). Begitupun mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid atau biasa disebut dengan UIN Gusdur ketika pembayaran uang kuliah menggunakan *m-banking*. Sehingga penggunaan *m-banking* pada mahasiswa UIN Gusdur juga dapat beralih fungsi sebagai sarana untuk pembayaran pembelian di platform *e-commerce* shopee. Sehingga terdapatnya fitur transfer bank dapat memudahkan mahasiswa UIN Gusdur ketika akan membayar produk yang

akan dibeli di platform *e-commerce* shopee dan dapat menjadikan salah satu pertimbangan ketika akan melaksanakan pembelian.

Selanjutnya pertimbangan konsumen ketika memutuskan pembelian di Platform shopee ialah gratis ongkos kirim. Gratis ongkos kirim atau biasa kita sebut Gratis ongkir merupakan sebuah promosi yang tujuannya cenderung mendorong dan diatur untuk menggairahkan konsumen untuk membeli produk dengan langsung dan membeli secara berulang atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli konsumen (Marpaung, 2022). Menariknya, fitur ini dapat digunakan diseluruh wilayah indonesia dengan syarat jasa kirim yang dipakai yang telah bergabung dalam program gratis ongkir. Sehingga dapat menguntungkan bagi penjual dan pembeli yang menggunakan platform shopee.

Gratis ongkir di Shopee menduduki posisi pertama yang menawarkan promo gratis ongkir (62%), diikuti Tokopedia (20%), TikTok Shop (9%) dan Lazada (6%). Berbelanja start 30.000 rb (di luar event spesial) mendapatkan maksimal potongan gratis ongkir Rp10.000 dan minimum belanja hanya Rp30.000 (khusus toko yg berpartisipasi gratis ongkir xtra). Terdapatnya potongan gratis ongkir yang menduduki posisi pertama di platform *e-commerce* shopee menjadikan mahasiswa UIN Gusdur lebih senang dan lebih untung berbelanja di shopee. Karena, terdapat potongan biaya yang seharusnya dibayarkan untuk ongkos kirim dapat dialih fungsikan untuk hal lain sehingga mahasiswa lebih hemat dan menjadi suatu pertimbangan saat akan berbelanja.

Pada perspektif islam, jual beli tidak boleh adanya kecurangan seperti dalam surat Al-Mutafifin ayat 1-3:

“Wailul lil-muṭaffifin(1). Allazīna iżaktālu ‘alan-nāsi yastaufun(2). Wa iżā kālūhum aw wazanūhum yukhsirun(3).”

Artinya: “celakalah bagi orang yang curang yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka meminta dipenuhi dan apabila mereka menakar untuk orang lain mereka mengurangi”

Dari ayat diatas dapat di jelaskan, bahwa tidak boleh ketika jual beli terdapat kecurangan seperti penjual ketika tidak jujur dengan produk yang dideskripsikan di produk tersebut bertolak belakang dengan produk aslinya. Sehingga terdapatnya fitur *review* menjadi informasi yang sangat dibutuhkan oleh para pembeli.

Review ataupun ulasan pada konsumen sebelumnya. Pada fitur ini bertujuan agar dapat memastikan barangnya bagus ataupun sesuai yg diinginkan maka para konsumen melihat *review* yang tertera di kolom *review* pembeli. *Review* pembeli menjadi informasi bagi calon pembeli tentang produk ataupun barang yang ingin dipesan, Fitur *review* merupakan keterangan pembeli sebelumnya yang di tulis di kolom *review* atau ulasan yang ditunjukkan kepada toko penjual tentang penjelasan yang kaitannya dengan penilaian suatu produk (Andriani et al., 2022). *Review* pembelian menjadi salah satu peran penting dan bertujuan agar calon pembeli yakin untuk membeli barang yang diinginkan.

Review merupakan sebuah informasi di dalam platform *e-commerce* yang cara kerjanya untuk konsumen memberikan gambaran tentang sebuah layanan produk atau jasa yang telah dibeli atau digunakan oleh konsumen (Pradik & Hariyanto, 2020). *Review* pembeli termasuk kedalam kelompok pembelanja, dimana kelompok pembelanja ini akan mendapatkan sejumlah manfaat seperti sarana sebagai tukar informasi, sehingga dapat informasi yang obyektif (Suryani, 2013). Dari *review* konsumen yang sudah pernah membeli maka akan terlihat produk tersebut sesuai atau tidak dengan kriteria konsumen selanjutnya, sehingga tidak adanya kekecewaan setelah membeli dan bertransaksi. Penulisan *review* pembeli di shopee minimal 50 karakter tulisan dan dapat ditambahkan foto dan video. Untuk penilaian foto dan video mendapatkan koin sebesar 10 sampai 25 koin. 1 koin di shopee sama dengan 100 perak. Jika ada perubahan penulisan di *review* yang telah dikirim maka koin shopee tidak akan berubah ataupun bertambah. Sedangkan di lazada penulisan *review* minimal 50 karakter dan mendapatkan 1 koin. 1 koin sama dengan 100 perak.

Menulis *review* setelah pembelian di *e-commerce* shopee mendapatkan koin yang lebih banyak sehingga dapat menjadi dorongan pembeli untuk menulis *review* setelah barang telah sampai di tujuan. Begitu juga mahasiswa UIN Gusdur yang telah membeli produk lalu menulis *review* maka akan mendapatkan koin yang nantinya dapat di gunakan ketika akan membeli produk selanjutnya dan akan mendapatkan

potongan sesuai dengan koin yang dimiliki. *Review* yang tertera di kolom *review* juga dapat menjadi sebuah informasi ketika mahasiswa UIN Gusdur akan membeli. Kriteria yang sesuai dengan ekspektasi mahasiswa UIN Gusdur dari bahan, model, hingga *real pictnya*.

Penelitian tentang sistem pembayaran pernah diteliti oleh Handayani (2021) dengan penelitian yang berjudul pengaruh metode pembayaran dan mudahnya transaksi terhadap keputusan pembelian, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa metode pembayaran mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan menurut peneliti Pradik & Hariyanto,(2020) dengan judul pengaruh harga, ulasan produk, dan metode pembayaran terhadap keputusan pembelian. Dengan Hasil penelitian ini menyatakan metode pembayaran tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian tentang gratis ongkir pernah diteliti oleh Ajang & Hasanudin (2020) dengan judul pengaruh periklanan, bebas ongkos kirim dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil, bahwa variabel bebas ongkir secara simultan berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Sari (2022) dengan judul Pengaruh Promosi Gratis Ongkir, Online *Customer Review*, dan Online *Customer Rating* terhadap Keputusan pembelian, Hasilnya menunjukkan bahwa Promosi gratis ongkir tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

Penelitian tentang *review* pembeli pernah diteliti oleh Sari (2022) dengan judul Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap Keputusan pembelian, dengan Hasil menjelaskan *Online customer review* signifikan atau berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Syskadiana(2019) dengan judul pengaruh kelompok referensi, *online customer review* dan citra merek terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Dengan Hasil penelitian menjelaskan bahwa *online customer review* tidak signifikan atau tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari data di atas dan penelitian terdahulu yang hasilnya masih tidak konsisten antara signifikan dan tidak signifikan, dan perilaku mahasiswa UIN Gusdur ketika akan melaksanakan pembelian di platform *e-commerce* shopee, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Sistem Pembayaran Transfer Bank, Gratis Ongkir, Dan *Review* Pembeli Terhadap keputusan Pembelian di platform *e-commerce* shopee “

B. Rumusan Masalah

1. Apakah sistem pembayaran transfer bank berpengaruh terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee?
2. Apakah gratis ongkir berpengaruh terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee?

3. Apakah *review* pembeli berpengaruh terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee?
4. Bagaimana pengaruh sistem pembayaran transfer bank, gratis ongkir dan *review* pembelian terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh sistem pembayaran transfer bank terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee.
2. Mengetahui pengaruh gratis ongkir terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee.
3. Mengetahui pengaruh *review* pembeli terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee.
4. Mengetahui pengaruh sistem pembayaran transfer bank, gratis ongkir dan *review* pembeli terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Khususnya bagi seorang peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan, memperluas pemahaman dan melengkapi pengetahuan ilmu dari peneliti sebelumnya dalam meneliti pengaruh fitur-fitur yang terdapat di aplikasi shopee terhadap keputusan

pembelian. Penulis juga berharap penelitian ini bisa menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Secara Praktis

Harapan penulis dari terlaksananya penelitian ini dapat memberikan informasi tentang fitur-fitur yang dapat dipakai dan menguntungkan calon pembeli sehingga dapat membantu para calon pembeli ketika akan melaksanakan pembelian di platform *e-commerce* shopee.

E. Sistematika Pembahasan

Agar para pembaca mendapatkan gambaran yang jelas serta mempermudah memahami maksud pembahasan dengan baik. Maka diperlukan tata kepenulisan yang jelas dan sistematis. Maka peneliti menyajikan sistematika kepenulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN.

Bab ini berisi tentang shopee yang menjadi situs *e-commerce* yang memiliki kunjungan terbanyak serta perilaku mahasiswa UIN Gusdur ketika akan melaksanakan pembelian, maka dapat dirumuskan masalah yaitu pengaruh sistem pembayaran transfer bank, gratis ongkos kirim dan *review* pembeli terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee, dan tujuan penelitian serta manfaat hasil penelitian ini untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran transfer bank, gratis ongkos kirim dan *review* pembeli terhadap keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee .

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan variabel-variabel yang dipakai yaitu sistem pembayaran transfer bank (X1), gratis ongkos kirim (X2), *review* pembeli (X3) dan keputusan pembelian (Y). juga menjelaskan telaah pustaka disertai hasil dari peneliti terdahulu, yang akan digunakan peneliti menjadi rujukan dalam kepenulisan penelitian ini. Serta bab ini juga memuat kerangka berfikir disertai pengembangan hipotesis yang sudah dirumuskan oleh peneliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis dan pendekatan penelitian yaitu kuantitatif korelasional, populasinya adalah mahasiswa UIN Gusdur yang berjumlah 13.174 dan sampelnya 100 responden dengan menggunakan teknik slovin. sumber data mahasiswa berstatus aktif S1 UIN Gusdur serta teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form*. Metode analisis data memakai alat bantu SPSS menggunakan analisis deskriptif, uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), uji koefisien determinan.

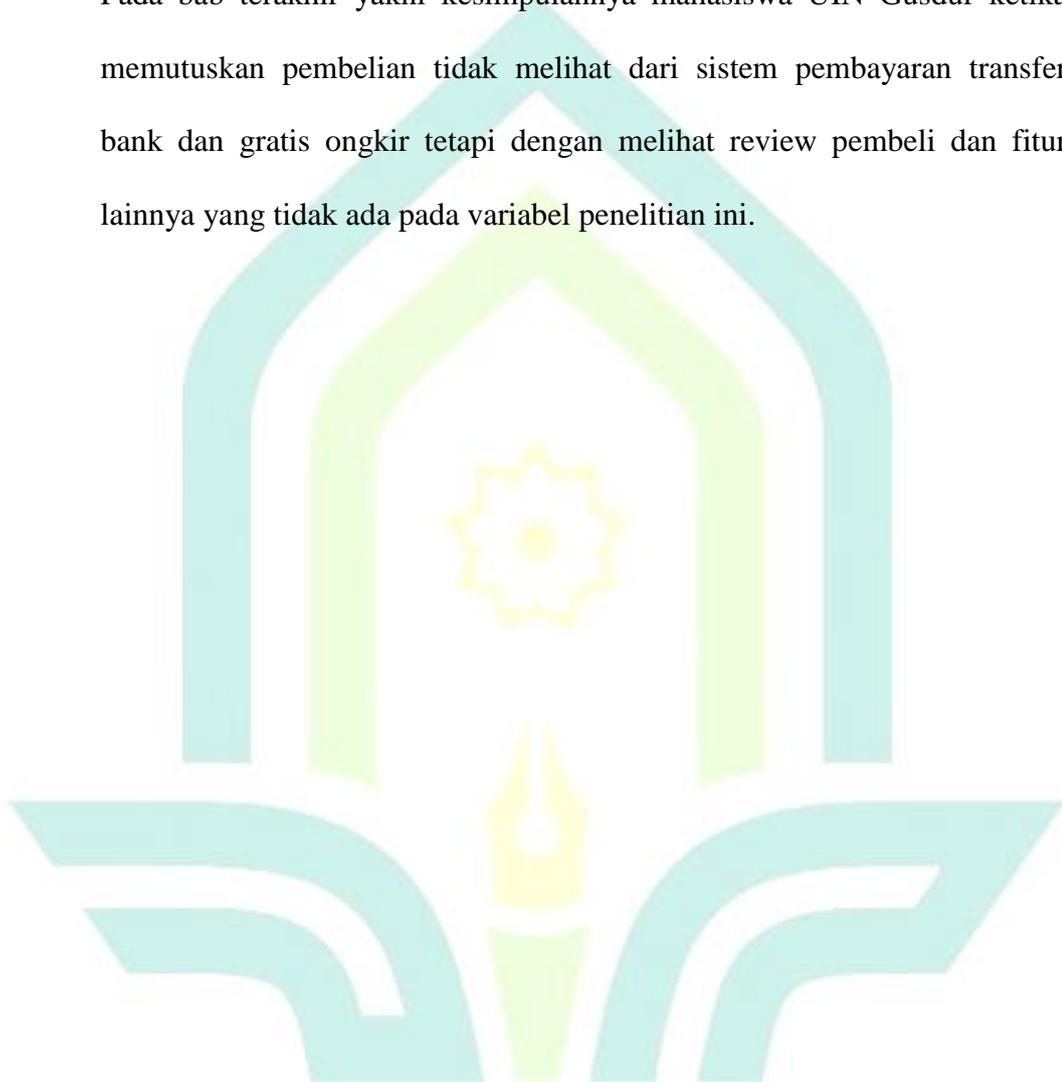
BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan menyajikan hasilnya adalah secara parsial sistem pembayaran transfer bank dan gratis ongkir tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *review* pembelian berpengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian dan secara simultan sistem pembayaran transfer bank, gratis ongkir dan *review* pembeli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab terakhir yakni kesimpulannya mahasiswa UIN Gusdur ketika memutuskan pembelian tidak melihat dari sistem pembayaran transfer bank dan gratis ongkir tetapi dengan melihat *review* pembeli dan fitur lainnya yang tidak ada pada variabel penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian dan analisis hipotesis di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Sistem pembayaran transfer bank tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini membuktikan bahwa mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid ketika akan melakukan pembelian di platform *e-commerce* shopee bukan karena terdapat adanya fitur sistem pembayaran transfer bank tetapi karena fitur pembayaran yang lain.
2. Gratis ongkos kirim tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini membuktikan bahwa mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid ketika akan melakukan pembelian di platform *e-commerce* shopee bukan karena terdapat adanya Gratis ongkos kirim tetapi karena fitur lain seperti flash sale, diskon besar besaran dan fitur lainnya.
3. *Review* pembeli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini membuktikan bahwa mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid ketika sebelum melakukan keputusan pembelian di platform *e-commerce* shopee maka melihat informasi dari *Review* pembeli sebelumnya.
4. Metode pembayaran transfer bank, Gratis ongkos kirim dan *Review* pembeli secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid ketika melaksanakan pembelian di platform *e-commerce* shopee dengan melihat secara serentak fitur Metode pembayaran transfer bank, Gratis ongkos kirim dan *Review* pembeli pada shopee.

B. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan, maka yang dapat disampaikan yakni:

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, yaitu Metode pembayaran transfer bank, Gratis ongkos kirim dan *Review* pembeli. Sehingga saran yang diberikan peneliti untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel yang belum dimasukkan, seperti menggunakan metode pembayaran COD, pembayaran shopee pay atau paylater, voucher shopee video, flash sale dan lain sebagainya.

Bagi toko *e-commerce* yang bergabung di platform shopee dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi agar toko yang bergabung di platform shopee tersebut agar menjadikan fitur *review* pembeli sebagai bukti dan menjadi informasi yang sangat dibutuhkan bagi konsumen selanjutnya. Maka jadilah toko yang jujur dengan selarasnya apa yang di promosikan dengan bukti produknya. dan untuk fitur sistem pembayaran transfer bank dan gratis ongkir masih tetap di gunakan tetapi ditambahkan dengan fitur pendukung lainnya agar konsumen lebih tertarik ingin membeli.

Bagi teman-teman yang akan berbelanja di shopee penelitian ini dapat menjadi pengetahuan ketika akan berbelanja di platform *e-commerce* shopee dengan fitur-fitur yang dapat menguntungkan para pembeli seperti halnya dapat melihat dari perbandingan beberapa fitur sistem pembayaran yang mendapatkan potongan biaya ketika ingin lebih mengurangi budgetnya dan *review* dari pembeli dengan informasi yang kredibel.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajang, & Hasanudin. (2020). Pengaruh Periklanan, Bebas Ongkos Kirim Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Pada Aplikasi Lazada Di Kecamatan Rangkui Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2443–2164), 90–98.
- Andiani, F. (2019). No Title. “Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee,” *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus*,.
- Andriani, E. R., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2022). Pengaruh Sistem Pembayaran COD, Gratis Ongkir Dan Review Pembeli terhadap Minat Beli Baju Di Lazada. *Seminar Nasional Hasil Skripsi*, 1(01), 297–301.
- Auli, S. (2021). No Title. *Pengaruh Diskon Dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee*.
- Cheung, MK Christy, K, O., Lee, M., & Rabjohn., N. (2008). No Title. *The Impact Of Electronic Word-Of-Moutch: The Adoption Of Online Opinions In Online Customer Communities*. *Internet Research*, 3, 229–247.
- Creswell, J. (2014). No Title. *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Metode Campuran (4th Ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dzulqarnain, I. (2019). No Title. *Pengaruh Filtur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember*.
- Elwalda, A., Lu, K., & Ali, M. (2016). No Title. *Perceived Derived Attributes of Online Customer Reviews*. *Computers in Human Behavior*, 56, 306–319.
- Evita, S. (2022). No Title. *Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shope (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas HKBP NOMMENSEN Medan)*.
- Firdaus. (2021). No Title. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Riau: CV Dotplus Publisher.
- Fitriya, L. (2022). No Title. *Pengaruh Online Custumor Review, Promo Gratis Ongkos Kirim Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Lazada Di Lumajang*.
- Handayani. (2021). Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transkasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping. *Universitas Gunadarma Jurnal*, 15(4), 58–66.
- Handayani, F. (2022). No Title. *PENGARUH METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA DI MARKETPLACE SHOPEE DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH*, 29.
- Harahap, I., Nasution, Y. S. J., Marliyah, & Syahriza, R. (2015). No Title. In

Hadis-hadis Ekonomi. KENCANA.

- Hatta, M., Baihaqi, B., & Ramahdaniati, dan R. (2017). No Title. *Perilaku Berbagi Of, Pengetahuan Akuntansi Pada Dosen Akuntansi Kota Bengkulu: Pendekatan Theory Planned Behavior (Tpb),*" *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1.
- Hoffman, D. W. (2023). *E-commerce*. 42.
- Mahkota, A. (2014). 79967-ID-pengaruh-kepercayaan-dan-kenyamanan-terh. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1–7.
- Marpaung, I. (2022). Pengaruh Iklan , Sistem Cod , Dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiktokshop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi UNSRAT*, Vol. 9(3), hlm. 1477-1491.
- Martono, N. (2010). No Title. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada), 70.
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019). Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v7i2.1220>
- Maulina, A. N. (2023). No Title. *Pengaruh Peembiyayaan Modal Kerja Terhadap Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus BMT An-Najah Wiradesa Pekalongan)*, 35–39.
- Muhammad, I. (2007). No Title. *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif)*. UII Press Yogyakarta.
- Noverdiansyah, R., Khoiriah, A., Kananda, V., Sutoro, M., & Supratikta, H. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi Berbasis E-Commerce Terhadap Peningkatan Kualitas dan Kinerja SDM Untuk Meningkatkan Profit UKM di Masa Pandemi. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(2), 52–55. <https://doi.org/10.55182/jpm.v2i2.158>
- Nugraha, A. S. (2023). No Title. *PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Bukalapak Di Indonesia)*.
- Pradik, M. shafa, & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.
- Pratiwi, Rimadiaz, S., & Kaheru, L. (2017). No Title. *Planned Behavior Pada E-Recruitment Sebagai Penggerak Intention To Apply For Work (Kasus Fresh Graduate Pada Universitas Swasta Di Jakarta),*" *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, 380.
- Prayitno. (2010). No Title. *Paham Analisis Data Statistik Yogyakarta, Mediakom*.
- Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M. S. (2011). No Title. In *perilaku konsumen (teori dan penerapannya dalam pemasaran)* (2nd ed., p. 357). Ghalia

Indonesia.

- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, 5, 5–24.
- Putri, M. (2016). Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Lazada Di Kecamatan Ribio Jaya. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 5(1), 2018–2021.
- Rahman, Nur H., Paramita, N., Hannum, R., & Sumatera Utara, U. (2021). Pengaruh Perangkat Lunak E-Commerce Terhadap Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 7–12.
- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Shabrina, S. V., Haryatiningsih, R., Haviz, M., Ekonomi, P. I., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2017). Pengaruh Transaksi Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) terhadap Variabel Makroekonomi Influence of Card Payment toward Variable of Macroeconomics. *Ilmu Ekonomi*, 54–58.
- Siregar, & Sofyan. (2016). No Title. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Persada., Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta: PT Raja Grafindo.*
- Sopiah dan Sangadji, E. M. (2013). No Title. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian . Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.*
- Subagyo, & Djarwanto. (2005). No Title. *Statistik Induktif, Yogyakarta:BPFE.*
- Sugiyono. (2016). *No Title.*
- Suryani, T. (2013). No Title. In *perilaku konsumen di era internet* (p. 164).
- Syskadiana, S. (2019). No Title. *PENGARUH KELOMPOK REFERENSI, ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.*
- Tussafinah, H. (2018). No Title. *Pengaruh Rating Dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian Dan Layanan Mahasiswa, COD Atau Bayar Di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada : Studi Kasus Semarang, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo.*
- Vernandi, P. R. (2023). Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2023. *PENGARUH CASH ON DELIVERY, PROMO GRATIS ONGKIR DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA SITUS MARKETPLACE SHOPEE DI WILAYAH KOTA*

TANGERANG.

Vitara, A. F. (2023). No Title. *ANALISIS PENGARUH E-WOM, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN PROMO GRATIS ONGKIR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH DI APLIKASI TIKTOK SHOP*, 1–166.

Wardana, A. (2007). No Title. *Modul Metode Penelitian Sosial Budaya: Menggunakan SPSS Dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Ika Roekanah
2. NIM : 4220122
3. Tempat Tanggal Lahir : Brebes, 26 Februari 2002
4. Agama : Islam
5. Alamat : Ds. Limbangan, Kec. Losari, Kab. Brebes
6. Email : ikaroyhanah7@gmail.com
7. Nama Ayah : Ahmad Roji
8. Pekerjaan Ayah : Petani
9. Nama Ibu : Siti Awalina
10. Pekerjaan Ibu : Buruh Tani

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK : TK Al-Ikhlas Limbangan, Losari, Brebes
(2008 -2009)
2. SD : SD N 01 Limbangan, Losari, Brebes
(2009-2014)
3. SMP/MTS : MTS Takhasus Al-Qur'an Gedongan,
Cirebon (2014-2017)
4. SMA/SMK : SMK Assa'idiyyah Gedongan, Cirebon
(2017-2020)

Pekalongan, Juni 2024



Ika Roekanah