

**ANALISIS PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN
FIKIH MUAMALAH, KELOMPOK ACUAN, DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN *SHOPEEPAYLATER* (Studi Kasus
Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

NISYATUL ARIFIN

NIM 4117152

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

2024

**ANALISIS PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN
FIKIH MUAMALAH, KELOMPOK ACUAN, DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN *SHOPEEPAYLATER* (Studi Kasus
Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

NISYATUL ARIFIN

NIM 4117152

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nisyatul Arifin

NIM : 4117152

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Tingkat Pemahaman Fikih Muamalah, Kelompok Acuan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan *Shopeepaylater* (Studi Kasus Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)

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, 19 Juni 2024

Yang menyatakan,



Nisyatul Arifin

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nisyatul Arifin

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.g. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

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

Nama : Nisyatul Arifin
NIM : 4117152
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Tingkat Pemahaman Fikih Muamalah, Kelompok Acuan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan *ShopeePayLater* (Studi Kasus Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)**

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 19 Juni 2024

Pembimbing,



Dr. Agus Fakhriana, M. S. I
NIP. 19770123 200312 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl.Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingsudur.ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : **Nisyatul Arifin**
NIM : **4117152**
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Pemahaman Fikih Muamalah, Kelompok Acuan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan *ShopeePaylater* (Studi Kasus Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)**
Pembimbing : **Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.**

Telah diujikan pada Hari Senin Tanggal 8 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. Achmad Tubagus Surur, M.Ag.

NIP.196912271998031004

Ardivan Darutama, M.Phil.

NIP.198501262020121004

Pekalongan, Rabu 17 Juli 2024.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP.197502201999032001

MOTTO

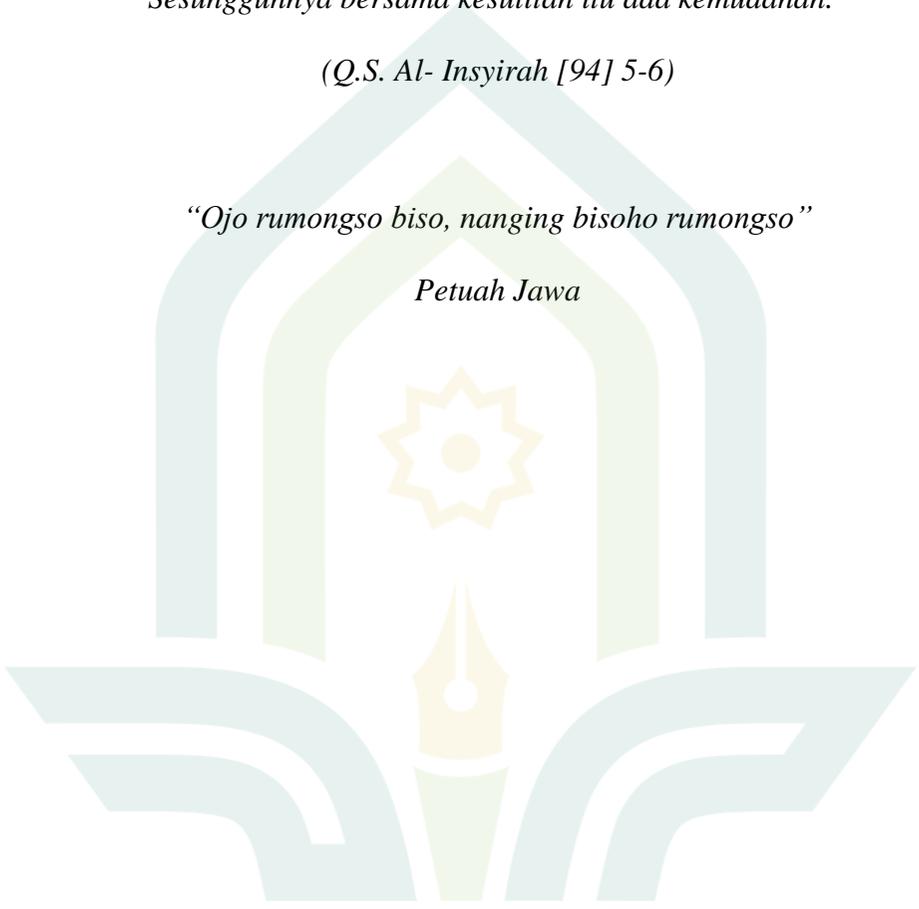
"Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan."

(Q.S. Al- Insyirah [94] 5-6)

"Ojo rumongso biso, nanging bisoho rumongso"

Petuah Jawa



PERSEMBAHAN

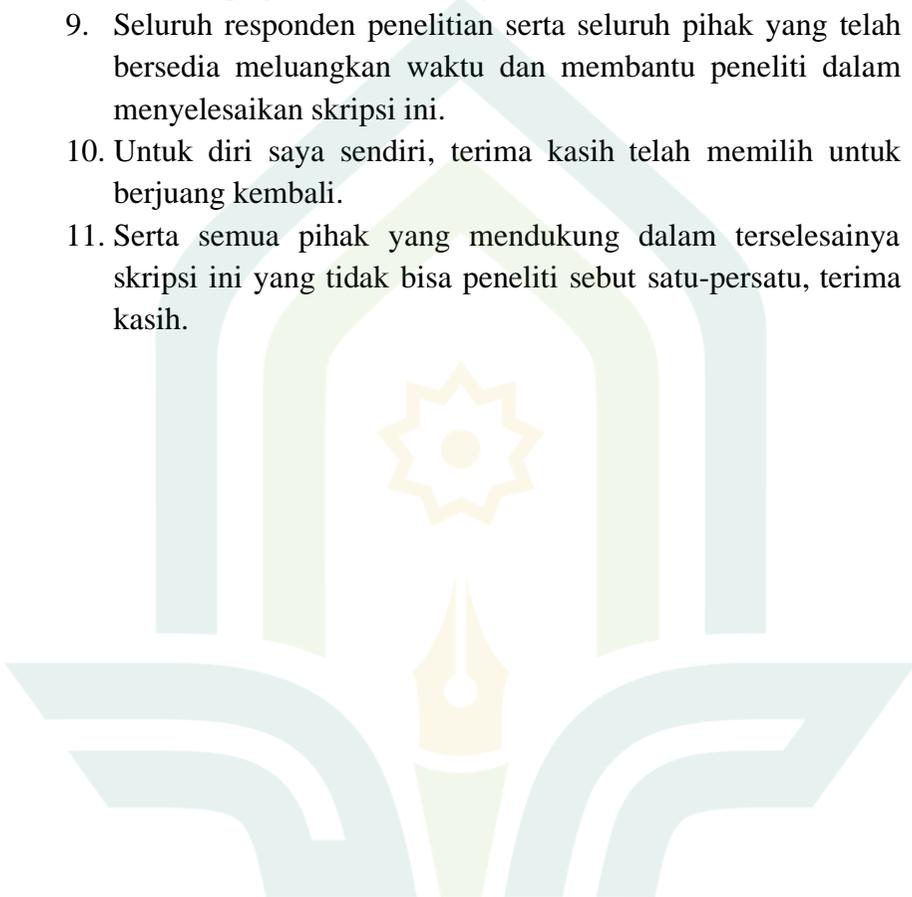
Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Peneliti menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-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 peneliti banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materiil maupun non materiil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari peneliti kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Ayah (almarhum) dan Ibu tercinta, terima kasih atas segala doa, kasih sayang dan cinta Ibu dan Ayah yang selalu mengiringi setiap langkah saya, selalu memberi dukungan penuh dalam setiap perjalanan meraih cita-cita.
2. Kakak dan kakak ipar saya yang selalu memberi dukungan baik morel maupun materiil.
3. Paman saya yang dengan ikhlas selalu mengantar jemput selama 2 tahun di pertengahan semester, saat saya kecelakaan dan patah tulang sehingga trauma untuk mengendarai motor lagi.
4. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Dosen pembimbing saya Dr. Agus Fahrina, M.S.I. yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Dosen wali saya Ali Amin Isfandiar, M.Ag. yang telah

- menjadi wali saya selama masa perkuliahan ini.
7. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
 8. Untuk sahabat dan teman seperjuangan Ekonomi Syariah kelas D 2017 terima kasih kalian telah memberikan warna dan cerita di perjalanan kuliah saya.
 9. Seluruh responden penelitian serta seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
 10. Untuk diri saya sendiri, terima kasih telah memilih untuk berjuang kembali.
 11. Serta semua pihak yang mendukung dalam terselesainya skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebut satu-persatu, terima kasih.



ABSTRAK

NISYATUL ARIFIN. Analisis Pengaruh Tingkat Pemahaman Fikih Muamalah, Kelompok Acuan, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan *ShopeePayLater* (Studi Kasus Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)

ShopeePayLater adalah alternatif pinjaman instan yang memberikan keringanan bagi pengguna Shopee dengan metode pengembalian biaya disyaratkan selama tenggat waktu satu bulan, atau dengan fasilitas cicilan dua dan tiga bulan tanpa memerlukan kartu kredit. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh tingkat pemahaman fikih muamalah, kelompok acuan, dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* pada masyarakat di Kecamatan Sragi, Kabupaten Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan antara lain uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan uji statistik yang diolah menggunakan IBM SPSS *Statistics 29*.

Berdasarkan uji t (uji parsial) bahwa pemahaman fikih muamalah, kelompok acuan, dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater*. Berdasarkan uji F (uji simultan) pemahaman fikih muamalah, kelompok acuan, dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* pada masyarakat Kecamatan Sragi, Kabupaten Pekalongan.

Kata Kunci: Tingkat Pemahaman, Kelompok Acuan, Persepsi Kemudahan, dan Keputusan Penggunaan.

ABSTRACT

NISYATUL ARIFIN. Analysis of the Influence of the Level of Understanding of Muamalah Jurisprudence, Reference Groups, and Perceptions of Convenience on the Decision to Use *ShopeePayLater* (Case Study of Sragi District, Pekalongan Regency)

ShopeePayLater is an instant loan alternative that provides relief for Shopee users with a fee refund method required during a one-month deadline or with two- and three-month installment facilities without the need for a credit card. The purpose of this study is to determine the influence of the level of understanding of *muamalah* jurisprudence, reference groups, and perceptions of convenience on the decision to use *ShopeePayLater* in the community in Sragi District, Pekalongan Regency.

This research belongs to the category of quantitative research. The data collection method in this study is the questionnaire method, using a sample of 100 respondents. Sampling technique: purposive sampling method. The analysis techniques used include validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, and statistical tests processed using IBM SPSS Statistics Version 29.

Based on the t test (partial test), the understanding of muamalah jurisprudence, reference groups, and perceptions of convenience have a significant effect on the decision to use *ShopeePayLater*. Based on test F (simultaneous test), understanding of muamalah jurisprudence, reference groups, and perceptions of convenience have a significant effect on the decision to use *ShopeePayLater* among the people of Sragi District, Pekalongan Regency.

Keywords: Level of Understanding, Reference Group, Perception of Ease, and Decision to Use.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, 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 Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN 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 sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Dr. Agus Fahrina, M.S.I. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ali Amin Isfandiar, M.Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
8. Dr. Achmad Tubagus Surur, M.Ag. dan Ardiyan Darutama, M.Phil. selaku dosen peguji skripsi.
9. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu

yang bermanfaat bagi peneliti.

10. Masyarakat Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga peneliti memperoleh data penelitian yang peneliti perlukan.
11. Kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, doa dan dukungan materiil dan morel.
12. Kakak dan kakak ipar peneliti yang selalu memberi doa dan dukungan baik morel maupun materiil.
13. Paman saya yang dengan ikhlas selalu mengantar jemput selama 2 tahun di pertengahan semester, saat peneliti kecelakaan dan patah tulang sehingga trauma untuk mengendarai motor lagi.
14. Untuk sahabat dan teman seperjuangan Ekonomi Syariah kelas D 2017 terima kasih kalian telah memberikan warna dan cerita di perjalanan kuliah peneliti.
15. Seluruh responden penelitian serta seluruh pihak yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 19 Juni 2024

Peneliti,

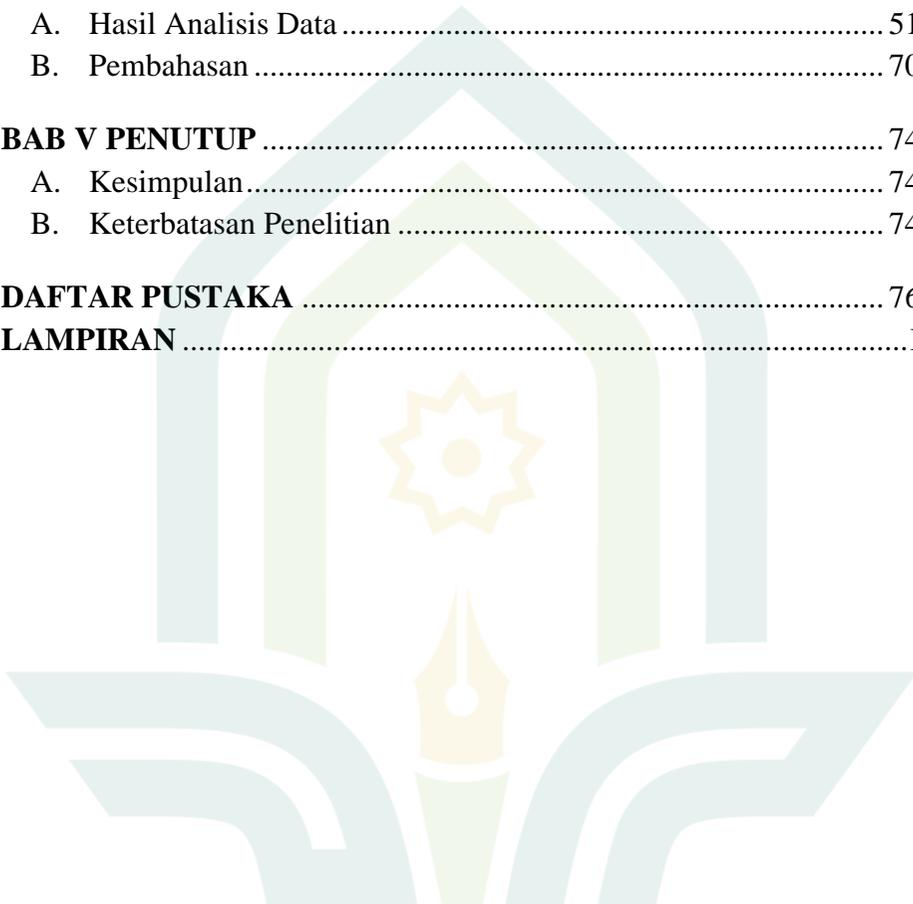


Nisyatul Arifin

DAFTAR ISI

HALMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Landasan Teori	8
B. Telaah Pustaka atau Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Berfikir	35
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Pendekatan Penelitian.....	37
C. Setting Penelitian.....	37
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
E. Variabel Penelitian	40

F. Sumber Data	42
G. Teknik Pengukuran Data	42
H. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	43
I. Metode Analisis Data	44
J. Alat Analisis	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Analisis Data	51
B. Pembahasan	70
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Keterbatasan Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	I



TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	T	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)

ع	'ain	‘	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	ha'	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh: نزل = *nazzala*

بيهنّ = *bihinna*

3. Vokal Pendek

Fathah (o`) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

4. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) diatasnya.

Contoh : a. *Fathah* + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.

b. *Kasrah* + ya' mati ditulis I seperti: تفصيل, ditulis *tafsil*.

c. *Dammah* + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

5. Vokal Rangkap

- a. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
- b. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

6. Ta' Marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis ha. Kata ini tidak diperlakukan terhadap arab yang sudah diserap kedalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali bila dikendaki kata aslinya.
- b. Bila disambung dengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهداية ditulis *bidayah al-hidayah*.

7. Hamzah

- a. Bila terletak diawal kata, maka ditulis berdasarkan bunyi vocal yang mengiringinya, seperti أن ditulis *anna*.
- b. Bila terletak diakhir kata, maka ditulis dengan lambing apostrof (,) seperti شئىى ditulis *syai,un*.
- c. Bila terletak ditengah kata setelah vocal hidup, maka ditulis sesuai dengan bunyi vokalnya, seperti ربائب ditulis *raba'ib*.
- d. Bila terletak ditengah kata dan dimatikan, maka ditulis dengan lambang apostrof (,) seperti تاخذون ditulis *ta'khuzuna*.

8. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila ditulis huruf qamariyah ditulis al, seperti البقرة ditulis *al-Baqarah*.
- b. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf 'I' diganti dengan huruf syamsiyah yang bersangkutan, seperti النساء ditulis *an-Nisa'*.

9. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

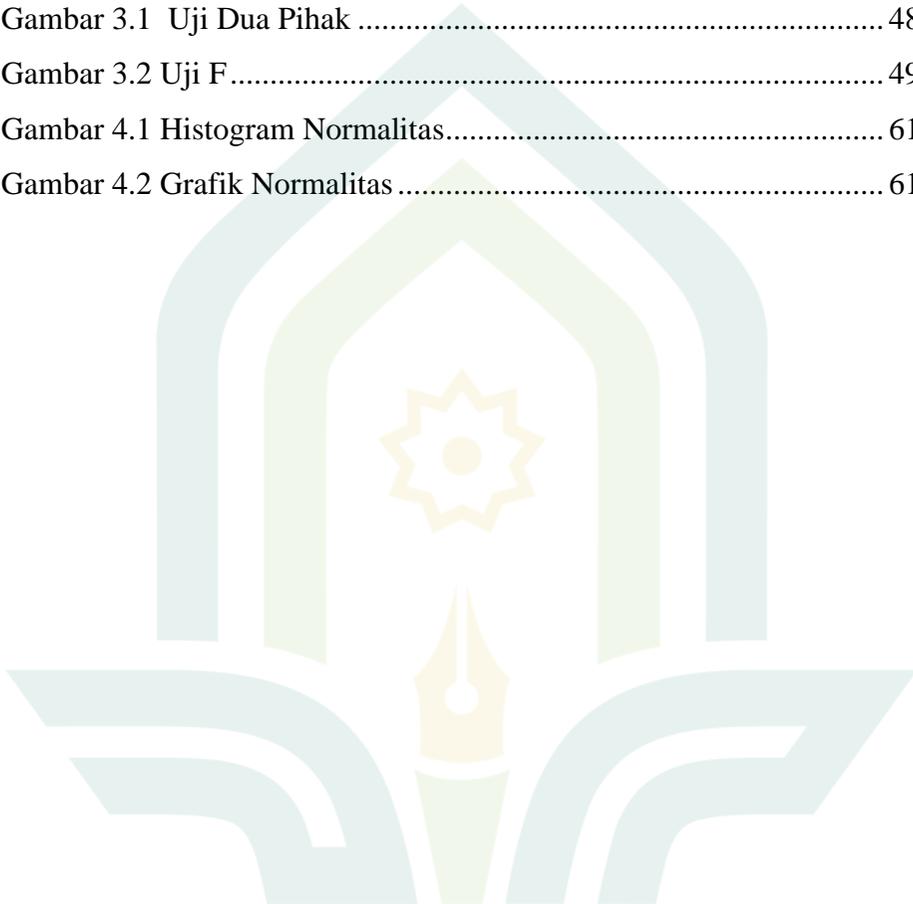
Dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dan menurut penulisannya, seperti : ذوي الفرود ditulis *zawi al-furud* atau أهل السنة ditulis *ahlu as-sunnah*.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Pustaka atau Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3.2 Skala Likert	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Usia Responden	52
Tabel 4.3 Asal Desa Responden.....	52
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4.5 Frekuensi Penggunaan.....	54
Tabel 4.6 Uji Validitas Pemahaman Fikih Maumalah (X1).....	55
Tabel 4.7 Uji Validitas Kelompok Acuan (X2).....	56
Tabel 4.8 Uji Validitas Presepsi Kemudahan (X3)	56
Tabel 4.9 Uji Validitas Keputusan Penggunaan (Y)	57
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Pemahaman Fikih Muamalah (X1).....	58
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Kelompok Acuan (X2).....	58
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Presepsi Kemudahan (X3).....	59
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Keputusan Penggunaan (Y).....	59
Tabel 4.14 Uji Normalitas	60
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.18 Uji t.....	67
Tabel 4.19 Uji F.....	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Layanan Paylater Paling Sering Digunakan	3
Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir	35
Gambar 3.1 Uji Dua Pihak	48
Gambar 3.2 Uji F.....	49
Gambar 4.1 Histogram Normalitas.....	61
Gambar 4.2 Grafik Normalitas	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	I
Lampiran 2	Data Identitas Responden	IV
Lampiran 3	Jawaban Kuesioner	XI
Lampiran 4	Output Analisis Deskriptif.....	XIX
Lampiran 5	Output Uji Validitas.....	XXI
Lampiran 6	Output Uji Reliabilitas.....	XXV
Lampiran 7	Output Uji Normalitas	XXVI
Lampiran 8	Output Uji Multikolinearitas	XXVIII
Lampiran 9	Output Uji Heteroskedastisitas.....	XXIX
Lampiran 10	Output Uji Regresi Linier Berganda	XXX
Lampiran 11	Output Uji Hipotesis	XXXI
Lampiran 12	Output Uji Koefisien Determinasi	XXXII
Lampiran 13	Tabel F.....	XXXIII
Lampiran 14	Tabel r	XXXVIII
Lampiran 15	Tabel t	XLII
Lampiran 16	Surat Izin Penelitian.....	XLIV
Lampiran 17	Surat Keterangan Penelitian.....	XLVI
Lampiran 18	Riwayat Hidup Peneliti.....	XLVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan teknologi membuat segala sesuatu menjadi semakin mudah dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan (Haroen, 2007). Di antara berbagai jenis kemajuan teknologi yang mempermudah untuk memenuhi kebutuhan salah satunya yaitu hadirnya berbagai macam *marketplace*, misalnya seperti Shopee (Henriawan & Puspasari, 2023).

Marketplace merupakan bisnis dalam bentuk aplikasi dan/atau *website* yang berguna sebagai wadah bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi berbagai produk atau jasa. Selain itu, para pendiri *marketplace* juga menyediakan fitur pembayaran melalui *online*, yang membantu mempercepat proses pembayaran seperti misalnya pada *marketplace* Shopee yaitu adanya *Shopeepay* dan *ShopeePayLater* (Wahyudi & Sukmasari, 2014).

Proses jual beli barang atau jasa dalam aplikasi *marketplace* Shopee menggunakan berbagai metode pembayaran, seperti COD (*Cash On Delivery*), *ShopeePay* transfer bank melalui Virtual Account, transfer manual ke berbagai rekening bank; bayar langsung ke merchant seperti Mitra Shopee, Agen BRILink, Alfamart atau Indomaret, dan/atau menggunakan kartu kredit atau debit *online*, serta metode pembayaran menggunakan *ShopeePayLater* (Shopee, 2020). *ShopeePayLater*, sebuah *fintech* legal yang dibentuk oleh PT. Lentera Dana Nusantara, fitur ini merupakan pinjaman uang khusus pembayaran kepada penjual atau pemilik toko *online* di aplikasi Shopee (Asja dkk., 2021).

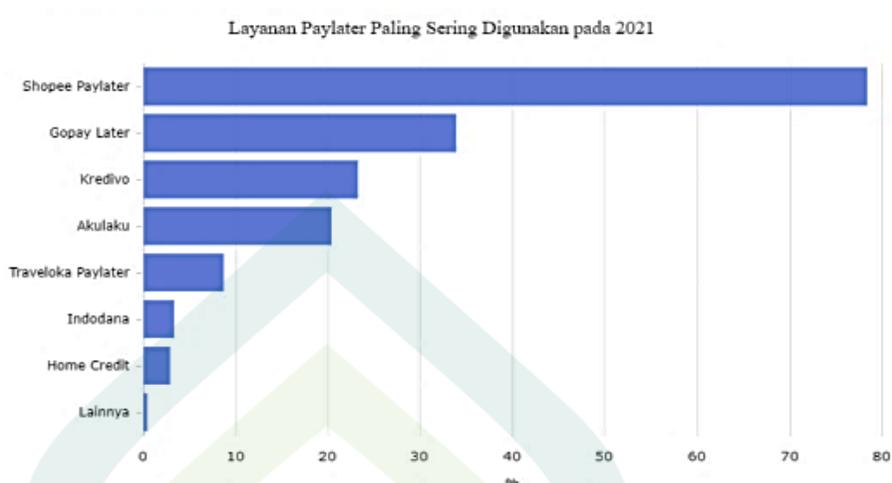
Shopee berkolaborasi dengan *fintech* *ShopeePayLater*, yang menggunakan sistem pembiayaan P2P *Lending* (*Peer-to-peer Lending*) yang menyatukan peminjam dan pemberi pinjaman dana. P2P *Lending* adalah platform keuangan yang menghubungkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman. P2P *Lending* memiliki jangkauan yang luas karena transaksi pinjaman dilakukan melalui sistem elektronik, yaitu jaringan internet (Wang *et al*, 2015).

Pada awalnya, *ShopeePayLater* ditujukan hanya untuk penjual di aplikasi Shopee saja yang sudah terpenuhi persyaratan sebagai penerima pinjaman dana dari *ShopeePayLater*. Namun, fitur ini sekarang dapat digunakan oleh semua pengguna aplikasi Shopee, terlepas dari apakah mereka itu pemilik toko atau bukan (Wafa, 2020).

Keputusan penggunaan atau pembelian sendiri mengacu pada tindakan atau keputusan yang diambil konsumen ketika mempertimbangkan dua pilihan atau lebih (Sumarwan, 2003). Keputusan penggunaan atau pembelian tidak terjadi dalam sekejap, karena konsumen atau pembeli lebih banyak memilih produk atau jasa pilihan yang dapat memberikan kemudahan kepada konsumen itu sendiri. Konsumen mempertimbangkan banyak faktor ketika mengambil keputusan penggunaan atau pembelian yaitu produk, kualitas, harga dan penawaran (Weenas, 2013) .

ShopeePayLater menjadi lebih populer karena menawarkan kemudahan berbelanja *online* yang dikenal sebagai "bayar nanti". Ini digunakan oleh banyak karyawan yang menunggu gaji saat mereka memiliki kebutuhan mendesak. Dengan menggunakan *ShopeePayLater* akan lebih efisien apabila disamakan dengan proses mendapatkan kartu kredit yang membutuhkan proses tidak singkat dan rumit (Hadijah, 2019). Hal tersebut menjadikan *ShopeePayLater* ini sangat disukai para kaum milenial, yang didukung oleh kemajuan teknologi dan adanya dorongan sosial dalam pemenuhan kebutuhan serta keinginan mereka, seperti berbelanja dan berlibur (Prastiwi & Fitria, 2021).

Gambar 1.1
Layanan Paylater Paling Sering Digunakan



Sumber: databoks.katadata.co.id

Satu dari keuntungan yang ditawarkan dari *ShopeePayLater* ini yaitu tidak ada batasan transaksi dan dari jumlah limit pinjaman yang sudah diberikan pada awal platform ini digunakan, pengguna dapat memakainya sebanyak limit yang diberikan walaupun limit habis dalam satu kali transaksi. Namun, dibalik berbagai penawaran menarik yang ditawarkan *ShopeePayLater* ini juga terdapat resiko buruk yang mungkin saja terjadi, resiko tersebut yaitu pengguna dikenai biaya penanganan sebanyak 1% per satu kali pembelian menggunakan *ShopeePayLater*. Apabila pembayaran terlambat maka pengguna dikenakan denda sebesar 5% dikalikan dengan total banyaknya transaksi (Shopee, 2020).

Pemahaman fikih muamalah pada seorang muslim sangat penting sebagai bekal agar dapat membedakan antara yang sah dan yang batil, atau yang halal dan yang haram dalam keuangan dan ekonomi untuk dapat mewujudkan perekonomian yang berlandaskan syariat. Sudah menjadi kewajiban bagi setiap muslim untuk mempelajari dan memahami fikih muamalah karena

banyaknya produk dan jasa keuangan modern yang berkembang seiring dengan perkembangan zaman dalam ekonomi modern (Hidayatullah, 2021).

Fikih muamalah merupakan suatu kaidah atau tata cara yang dapat dijadikan pedoman atau pedoman bagi manusia dalam berinteraksi dengan orang lain yang hidup dalam masyarakat. Segala perilaku manusia yang bukan merupakan ibadah yaitu termasuk dalam kategori kegiatan ekonomi masyarakat (Santoso & Anik, 2015). Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti menemukan satu penelitian terkait pemahaman fikih muamalah pada keputusan penggunaan yaitu milik Rahmaniar (2015) yang menyatakan bahwa pemahaman fikih muamalah berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Menurut Sumarwan, pengertian kelompok acuan adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara signifikan mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan memberikan nilai-nilai standar yang mempengaruhi perilaku manusia (Oktavianingsih & Setyawati, 2020). Kelompok pembanding juga dapat menciptakan niat pembelian produk pada konsumen. Menurut Schiffman & Kanuk (2009) dalam (Zahra dkk., 2016) bahwa minat beli merupakan aktivitas psikologis yang dihasilkan dari perasaan dan pemikiran terhadap suatu produk atau jasa yang diinginkan. Schiffman dan Kanuk menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran kebutuhan, identifikasi produk, dan evaluasi alternatif merupakan faktor yang dapat mengarahkan keputusan konsumen. Niat membeli menempatkan konsumen sebelum keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti menemukan satu penelitian terkait pengaruh kelompok acuan pada keputusan penggunaan yaitu milik Jamilah (2023) yang menyatakan bahwa kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Widjana dalam (Ahmad & Pambudi, 2014) mengatakan bahwa, kemudahan penggunaan adalah ketika seseorang yakin bahwa menggunakan suatu sistem teknologi informasi tidaklah sulit atau memerlukan banyak usaha (*free effort*). Kemudahan penggunaan termasuk mempertimbangkan konsumen ketika

mengambil keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah teknologi informasi yang mudah diakses dan dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat.

Semakin mudah membuat suatu platform, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menggunakan platform tersebut. Pada penelitian terdahulu, peneliti menemukan terdapat perbedaan hasil penelitian terkait persepsi kemudahan dengan keputusan penggunaan atau pembelian. Putri & Iriani (2020) serta Saputra & Sudarwanto (2023) mengatakan persepsi kemudahan berpengaruh pada keputusan penggunaan, sedangkan menurut (Purnamasari dkk., 2021) tidak berpengaruh. Oleh karena tidak konsistennya hasil penelitian pada variable tersebut maka peneliti ingin melanjutkan penelitian apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Didasari pada latar belakang tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul "*Pengaruh Tingkat Pemahaman Fikih Muamalah, Kelompok Acuan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePayLater (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)*".

B. Rumusan Masalah

Peneliti menemukan rumusan masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh antara pemahaman fikih muamalah terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* di Kecamatan Sragi?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kelompok acuan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* di Kecamatan Sragi?
3. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* di Kecamatan Sragi?
4. Apakah terdapat pengaruh tingkat pemahaman, kelompok acuan, dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* di Kecamatan Sragi?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Menganalisis pengaruh tingkat pemahaman fikih muamalah secara parsial terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* di Kecamatan Sragi.
- b. Menganalisis pengaruh antara kelompok acuan secara parsial terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* di Kecamatan Sragi.
- c. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan secara parsial terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* di Kecamatan Sragi.
- d. Menganalisis pengaruh tingkat pemahaman fikih muamalah, kelompok acuan, dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* di Kecamatan Sragi.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Memberi wawasan para pembaca agar ikut dalam meramaikan khasah keilmuan dan diharapkan menyumbang sedikit konsep-konsep penelitian.

b. Manfaat Praktis

i. Bagi Kosumen

Agar bisa mendapat apa yang mereka butuhkan dengan layak dan baik saat bertransaksi melalui aplikasi belanja *online*.

ii. Bagi Peneliti

Sebagai pegangan, bahan kajian dan menambah wawasan keilmuan tentang pemahaman fikih muamalah, kelompok acuan, dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater*.

iii. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi untuk memperoleh tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penulisan karya ilmiah.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan metode penulisan dibahas dalam subbab ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab kedua ini membahas semua yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan didukung dan teori pemecah masalah, serta kajian literatur sebelumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menampilkan berbagai rancangan metode penelitian termasuk jenis, pendekatan, *setting*, subjek, sampel, sumber data, dan teknik pengukuran, pengumpulan, dan pengolahan data. Selain itu, teknik yang digunakan untuk menganalisis data juga dibahas.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengikuti perancangan dari bab-bab sebelumnya, bab ini menjelaskan temuan penelitian dan bagaimana pengujian dan analisis data dilakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan keterbatasan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemahaman Fikih Muamalah berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan *ShopeePayLater* pada masyarakat Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan. Namun besarnya nilai koefisien regresi pada variabel Pemahaman Fikih Muamalah yaitu 0,150 lebih kecil dibandingkan variabel lainnya.
2. Kelompok Acuan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Keputusan Penggunaan *ShopeePayLater* pada masyarakat Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan.
3. Presepsi Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan *ShopeePayLater* pada masyarakat Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan. Pada variabel Presepsi Kemudahan nilai koefisien regresi yaitu 0,601 lebih besar dibandingkan variabel lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini konsumen lebih mempertimbangkan kemudahan dalam memutuskan penggunaan metode pembayaran *ShopeePayLater*.
4. Dari hasil perhitungan uji F Pemahaman Fikih Muamalah, Kelompok Acuan, dan Presepsi Kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan *ShopeePayLater* pada masyarakat Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam

lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, yaitu:

1. Adanya keterbatasan waktu penelitian, dan tenaga peneliti sehingga kurang maksimalnya penelitian ini,
2. Keterbatasan kemampuan dan pengetahuan peneliti dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa depan.
3. Keterbatasan data yang digunakan dalam penelitian ini membuat hasil kurang maksimal.
4. Dalam proses pengambian data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
5. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh beberapa faktor terhadap keputusan penggunaan *ShopeePayLater* sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti pengaruh faktor lain yang belum dikaji.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdalia, Pontoh, & Kartini. (2014). Theory of Planned Behavior Readiness For Change dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Studi pada Program Layanan I-Banking BRI. *Jurnal Studi Manajemen*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/074959789190020T>
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of theories of social psychology*. Sage Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Aksanti, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Fikih Muamalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palu Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah. IAIN Palu.
- Al-Asror, M. K. (2022). Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Pinjaman di Agen Gula Merah (Studi Kasus di Dusun III Desa Labuhan Ratu IV). STEI Darul Qur'an Minak Selehah Lampung Timur.
- Albani, M. N. A. (2007). *Shahih Sunan Abu Daud*. Pustaka Azzam.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Universitas Muhammadiyah Makassar & Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 14. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624>
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*. PT Raja Grafindo Persada.

- Annisa, Herdiyana, L., & Damayanti, V. (2023). Penilaian Hukum Terhadap Aplikasi Kredit Online Berbasis Syariah Agama dalam Perspektif Keuangan Islam. 1. <https://maryamsejahtera.com/index.php/Religion/article/view/378/289>
- Antonio, M. S. (2001). Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik. Gema Insani Press.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. 2. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Atmaja, D. P., & Adiwinata, M. F. (2013). Pengaruh produk, harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di kopitiam OEY Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2), 551–562.
- Azharuddin, L. (2005). *Fiqh Muamalat*. UIN Jakarta Press.
- Az-Zuhaili, W. (2011). *Fiqh Islam 5*. Gema Insani.
- Budiman, F. (2013). Karakteristik Akad Pembiayaan Al-Qardh Sebagai Akad Tabarru. *Yuridika*, 28.
- Bungin, B. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. 8.
- Chan, A. (2010). Pengaruh ekuitas merek terhadap proses keputusan pembelian konsumen: Studi kasus bank Muamalat Indonesia cabang Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Davis, F. D. (1989a). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*.

- Davis, F. D. (1989b). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(5).
- Dian, N. F., & Artanti, Y. (2013). Pengaruh Kelompok Acuan dan Atmosfir Restoran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee. 1. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/2969>
- Doni. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Fiqh Muamalah Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Porehu Kabupaten Kolaka Utara, Sulawesi Tenggara). Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Dzajuli, A. (2007). Kaidah-Kaidah Fiqh (Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah yang Praktis). Kencana.
- Engel, Blackwell, & Miniard. (1995). Perilaku Konsumen. Jilid 2. Terjemahan Drs. Budijanto. Binarupa Aksara.
- Fadhila, F., Azhar, & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Faktor Sosial terhadap Penggunaan Shopeepaylater. Politeknik Negeri Medan.
- Ghazali, I. (2005). Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghazaly, A. R. (2010). Fiqh Muamalah (1 ed.). Kencana.
- Ghozali, I. (2011a). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011b). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadijah, S. (2019). Aplikasi Layanan PayLater Makin diminati, Yuk Cek Keuntungan dan Kerugiannya.

<https://www.cermati.com/artikel/aplikasi-layanan-pay-later-makindiminati-yuk-cek-keuntungan-dan-kerugiannya>

- Hakim, A. Abd. (2011). *Fiqh Perbankan Syariah Transformasi Fiqh Muamalah ke dalam Peraturan Perundang-undangan*. PT. Refika Aditama.
- Harinaldi, D. I., & Eng, M. (2005). *Prinsip-prinsip statistik untuk teknik dan sains*. Jakarta: Erlangga.
- Haroen, N. (2007). *Fiqh Muamalah (2 ed.)*. Gaya Media Pratama.
- Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Muhammadiyah University Press.
- Henriawan, D., & Puspasari, D. (2023). Pengaruh Dompot Digital dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. 3(1). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/aliansi/article/view/3854/3120>
- Hidayatullah, M. S. (2021). Urgensi Mempelajari Fikih Muamalah dalam Merespon Ekonomi dan Keuangan Kontemporer (Membangun Paradigma Ekonomi Syariah di Masyarakat). Al-Mizan. <https://ejurnal.iq.ac.id/index.php/almizan/article/download/227/168>
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan*. Erlangga.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Isnawati, R., & Hasanudin. (2011). *Fiqh Muamalah dan Aplikasinya pada Lembaga Keuangan Syariah*. Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah.
- Jamilah, N. K. (2023). Pengaruh Kelompok Acuan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater pada Kalangan Santri di Ponorogo [IAIN Ponorogo]. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/22827/1/NADA%20KHOIRU%20JAMILAH-401190127-ES-SKRIPSI-3.pdf>

- Jogiyanto, H. M. (2007). *Metode Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman– Pengalaman*. BPFE.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. (15 ed.). Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). . *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (13 ed.). Erlangga.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Manaroinsong, A., Abidjulu, J., & Siagian, K. V. (2015). Uji Daya Hambat Ekstrak Kulit Nanas (*Ananas comosus L.*) Terhadap Bakteri *Staphylococcus aureus* Secara In Vitro. *Jurnal Imiah Farmasi*.
- Maulidiyah, S. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya [STIE PERBANAS]. <http://eprints.perbanas.ac.id/2866>
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2014). Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.3490>
- Mubarak, S. F. bin A. A. A. (2012). *Ringkasan Nailul Authar*. Pustaka Azzam.
- Munandar, M., & Chadafi, C. (2016). Pengaruh Harga, Celebrity Endorser, Kepercayaan, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2), Article 2. <https://www.journal.unimal.ac.id/visi/article/view/215>

- Munir, A., & Sudarsono. (1992). *Dasar-Dasar Agama Islam*. PT. Asdi Mahasatya.
- Muslich, A. W. (2010). *Fiqh Muamalat*. Azmah.
- Oktavianingsih, I., & Setyawati, H. A. (2020). Pengaruh Kelompok Acuan, Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek INK. 2. <https://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/article/view/616>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Precila, N. P. (2023). Pengaruh Religiusitas, Lifestyle dan Impulsive Buying Terhadap Keputusan Pembelian Pada Metode Pembayaran Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Purnamasari, R., Sasana, S., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopeepaylater. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/10130>
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. 8. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/8582>
- Rahmaniar, R. (2015). Tingkat Pemahaman Fiqh Muamalat Kontemporer Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah [UIN Syarif Hidayatullah]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/12345679/29773>
- Rasyid, S. (1994). *Fiqh Islam*. Sinar Baru Algensindo.

- Ringo, A. K. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater pada Mahasiswa Universitas Quality [Universitas Quality]. <http://portaluniversitasquality.ac.id:55555/2146/>
- Roberto, A., Shafer, M. S., & Marmo, J. (2014). Predicting substance-abuse treatment providers' communication with clients about medication assisted treatment: A test of the theories of reasoned action and planned behavior. 47(5). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740547214000956>
- Sahab, A. (2019). Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik dengan SPSS. Airlangga University Press.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. 11. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/55110>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2009). Consumer Behavior 7th Edition. International Edition. Prentice Hall.
- Setiadi, N. J. (2003). Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana.
- Shopee. (2020). [SPayLater Pembayaran] Bagaimana prosedur pembayaran menggunakan SPayLater.
- Siregar, S. (2013a). Metode Penelitian Kuantitatif. PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Siregar, S. (2013b). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perhitungan Manual & SPSS. Edisi Pertama. Cetakan ke, 1.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (24 ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, M. P. P. (2009). *Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta. Cet. VII.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (1 ed.). Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen*. Ujang Sumarwan.
- Susilawati, C. (2014). *Konsep Utang-piutang (Al-Qardh) dalam Fiqh Muamalah*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Wafa, A. K. (2020). *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Shopeepay Later*. 4. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jhes/article/view/3588>
- Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2014). *Teknologi dan Kehidupan Masyarakat*. <https://media.neliti.com/media/publications/227634-teknologi-dan-kehidupan-masyarakat-7686df94.pdf>
- Wang. (2015). *A process model on P2P lending*. Shenzhen Municipal Science and Technology R&D Funding Basic Research Program.
- Weenas, J. R. S. (2013). *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring*

Bed Comforta. 1.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2741>

Wijaya, A. P. (2015). Pengaruh pemahaman fiqh muamalat mahasiswa terhadap keputusan membeli produk fashion palsu (study pada mahasiswa angkatan 2011 & 2012 prodi muamalat fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Anggie Putra.

Zahra, N. H., Suharyono, & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Kelompok Acuan terhadap Sikap dan Niat Pembelian serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen di Rumah Makan Kimbap Rina, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(2). administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Zein, A. F. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Resiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nisyatul Arifin
NIM : 4117152
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
E-mail address : nisyatularifin010@gmail.com
No. Hp : 081935261635

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Pengaruh Tingkat Pemahaman Fikih Muamalah, Kelompok Acuan, dan Persepsi Kemudahan
Terhadap Keputusan Penggunaan *ShopeePayLater* (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Sragi
Kabupaten Pekalongan)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-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 UIN K.H. Abdurrahman Wahid 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, 23 Juli 2024



(Nisyatul Arifin)

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD