

PROPOSAL

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN
APLIKASI SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID 19
DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH**

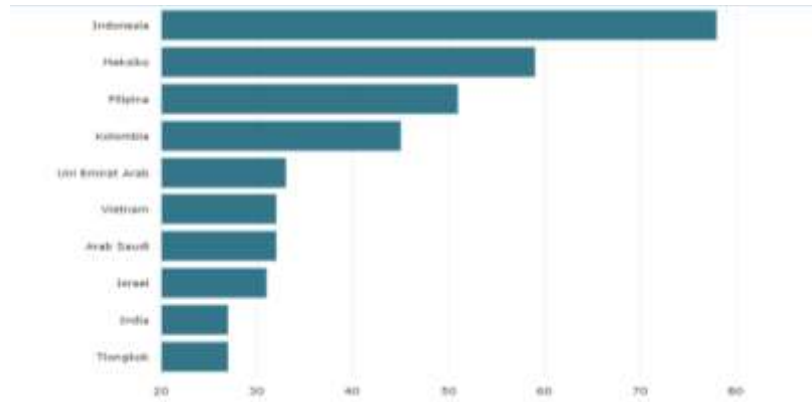
A. Latar Belakang Masalah

Belanja *online* kini sudah menjadi suatu kegiatan yang membudaya di Indonesia sejak beberapa tahun belakangan ini. Bahkan semakin meningkat pada awal tahun 2020 dimana terjadi pandemi yang mengguncang dunia terkhusus Indonesia. Pandemi ini merupakan penyebaran virus *Covid-19* atau juga yang disebut virus corona. Dampak terbesarnya pada proses produksi, distribusi dan konsumsi secara fundamental dari seluruh aktivitas masyarakat pemerintah menerapkan kebijakan *social* dan *physical distancing* di 13 negara termasuk Indonesia. Masyarakat Indonesia melakukan transaksi dalam memenuhi kebutuhan mereka dengan cara melakukan pembelian *online* melalui media *e-commerce* (belanja daring).¹

Perkembangan *e-commerce* saat ini sangat pesat menurut Widowati dalam Febriani dan Dewi (2019) Penjualan ritel *e-commerce* Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 8,59 atau sekitar Rp.117,7 triliun pada 2018. Jumlah tersebut, menurut

¹ Aknolt Kristian Pakpahan. *Covid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional 2020. h 59-64

data statistik bakal meningkat menjadi US\$ 16,5 miliar pada 2022 atau naik dua kali lipat dari tahun ini.



Gambar 1.1

Sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat 2018²

Indonesia memimpin jajaran sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*.

e-commerce merupakan arena terjadinya transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di dunia maya. Salah satu *e-commerce* yang mengalami peningkatan paling pesat yaitu situs belanja online.³ Volume permintaan di *e-commerce* pun melonjak antara 5-10 kali dibandingkan sebelum pandemi.

Dalam perkembangannya, Shopee juga mencetak kesuksesan dengan sangat singkat sehingga menjadi trend tersendiri bagi *e-commerce* lain di Asia Tenggara. Sebut saja dua tahun berdirinya Shopee pada tahun 2017 sudah mencatat 80 juta

²<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>. Diakses pada tanggal 15 Januari 2021. Pukul 14:30 WIB.

³Rintho Rante Rerung. *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018) h 135

unduh aplikasi dan lebih dari 180 juta produk aktif dari lebih dari empat juta wirausaha. Kemudian di Indonesia sendiri Shopee menjadi e-commerce yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2020 sebagaimana data berikut.



Gambar 1.2
Pengguna E-Commerce di Indonesia⁴

Dari data diatas menunjukkan bahwasannya pengguna *e-commerce* terbanyak dimiliki oleh *e-commerce* Shopee dengan total pengunjung sekitar 80 juta. Shopee merupakan *e-commerce* yang berkantor pusat di Singapura di bawah SEA Group yang didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, dan sejak itu memperluas jangkauannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng.

Pada masa pandemi *Covid 19* seluruh masyarakat meminimalisir jual beli secara tatap muka yang bertransformasi dalam belanja online. Mahasiswa sebagai kaum milenial merupakan pengguna terbanyak aplikasi belanja yang memudahkan mahasiswa mendapatkan kebutuhan baik primer maupun sekunder. Hal ini dilakukan juga untuk menghindari penularan *covid 19*. Namun, sebagai umat beragama khusus

⁴<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 16 Januari 2020 Pukul 19:30 WIB.

umat muslim maka dalam melakukan jual-beli atau pembelanjaan digital ini diwajibkan untuk tetap melakukan praktik jual beli yang halal sesuai syariat Islam (Syariah) dan menghindari praktik riba dan jual-beli yang haram. Selain itu syarat barang yang diperjual belikan barang harus jelas kadar, sifat dan harganya. Penjual dan pembeli harus sama-sama saling ridho dan tidak terpaksa dalam melakukan transaksi.

Al-Quran telah menetapkan bahwa jual beli merupakan praktik yang halal dilakukan, sedangkan praktik riba merupakan transaksi yang termasuk dosa.

Dalam ayat al-Quran Surat an-Nisa' ayat 29 dijelaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil. Kecuali dengan jalan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An Nisa: 29).

Selain itu juga di jelaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dalam Q.S. al-Baqarah: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ ۚ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۚ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian

itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. (QS. An Nisa: 29).

Berdasarkan dalil-dalil diatas dapat diketahui bahwa kegiatan jual beli merupakan kegiatan ekonomi yang yang rentan akan kecurangan yang dapat merugikan pihak lain. Oleh karena itu jual beli hanya di perbolehkan jika sesuai dengan syari'at. Selain itu kecurangan dapat dihindari jika kualitas informasi yang di berikan penjual dan yang di dapatkan oleh pembeli berjalan dengan baik dan jujur. Maka dari itu penulis ingin mengangkat topik penelitian kualitas informasi dalam jual beli online.



GAMBAR 1.3 Preferensi belanja *online* menurut generasi⁵

⁵ <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 19:00 WIB.

Menurut CNN Indonesia kategori 20-24 tahun ditemukan 22,3 juta jiwa yang setara 82 persen dari total penduduk di kelompok itu. Sedangkan pada kelompok 25-29 tahun, terdapat 24 juta pengguna internet atau setara 80 persen total jumlah jiwa. Gelombang generasi millennial tak bisa dipungkiri menjadi ujung tombak penetrasi internet di Indonesia.⁶

Mahasiswa sebagai generasi milenial juga ditunjuk sebagai pengguna terbesar *e-commerce* di Indonesia. Tingginya jual beli melalui aplikasi shoppe ditunjukkan oleh data berikut yang menjelaskan tentang fenomena jual beli online yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wawancara dilakukan kepada 10 mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Uin Suska angkatan 2016.

Tabel 1.1 Hasil Wawancara Prariset Tentang Peningkatan Jual Beli Online Yang Dilakukan Mahasiswa

NO	PERNYATAAN	JUMLAH JAWABAN SETUJU	PRESENTASE
1	Pada masa pandemi Covid-19 melakukan belanja online lebih sering dari biasanya	8	80%
2	Jual beli online dianggap sebagai aktifitas teraman untuk aktifitas jual beli	6	60%
3	Belanja online melalui aplikasi shoppe	9	90%
4	Aplikasi shoppe mudah digunakan	7	70%
5	Aplikasi shoppe sering muncul di TV	8	80%

Sumber: Data Olahan Penulis 2021

⁶<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>. Diakses pada 18 Januari 2021. Pukul 20:00 WIB.

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa 80% dari 10 mahasiswa yang di wawancarai secara singkat mengakui bahwa terdapat peningkatan frekuensi jual beli online pada saat masa pandemic Covid-19 dibandingkan dengan sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh kebijakan Pemerintah yang menganjurkan dirumah saja dan meminimalisir kegiatan diluar rumah serta banyaknya toko-toko yang tutup ketika PSBB. Sehingga sebagian besar mahasiswa mengatakan bahwa jual beli online dianggap aktifitas jual beli teraman yang bisa dilakukan. Salah satu platform e-commerce yang paling banyak digunakan adalah Shopee hal ini di tunjukkan dengan 90% dari mahasiswa memasang aplikasi shoppe pada ponselnya. Namun dari ada juga sebagian kecil juga memasang aplikasi lain diponselnya. Penggunaan Shopee dalam jual beli online dipilih mahasiswa karena mudah digunakan dan kepercayaan mahasiswa cukup tinggi karena iklan Shopee sering muncul di Televisi.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk *online* adalah kualitas informasi dari toko *online*. Informasi adalah salah satu bahan pengambilan keputusan. Berdasarkan penelitian Nabila dan Listyorini (2016) mengatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan aplikasi belanja online tertentu. Berbeda dengan penelitian Aeni mengatakan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan tersebut. Hal tersebut mendorong peneliti untuk mengangkat variabel tersebut.⁷

⁷Eni Nur Aeni. *Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Uin Walisongo Semarang*. (Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019) h 37

Berdasarkan pra penelitian menggunakan sampel acak dengan 10 responden mahasiswa Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau yang menggunakan aplikasi Shopee, responden tersebut diwawancarai secara singkat sehingga didapat bahwa hal yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih untuk menggunakan aplikasi belanja online adalah berdasarkan informasi yang tercantum dalam aplikasi tersebut. Berikut wawancara secara singkat yang dilakukan kepada 10 mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Uin Suska Riau angkatan 2016.

Tabel 1.2 Hasil Wawancara Prariset Tentang Kualitas Informasi Dalam Jual Beli Online

NO	PERNYATAAN	JUMLAH JAWABAN SETUJU	PRESENTASE
1	menentukan <i>e-commerce</i> berdasarkan informasi yang tertera apakah jelas atau tidak	5	50%
2	Informasi <i>took</i> harus di <i>update</i> secara berkala	3	30%
3	Informasi produk relevan dengan aktifitas mahasiswa	8	80%

Sumber: Data Olahan Penulis 2021

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa menentukan *e-commerce* yang dipilih untuk melakukan aktifitas jual beli online dipilih berdasarkan informasi yang tertera apakah jelas atau tidak. Kemudian mahasiswa akan membeli jika informasi yang tertera pada deskripsi produk dan *took* online diperbaharui secara terus menerus. Namun, relevansinya informasi yang disampaikan pada deskripsi produk dengan aktifitas dan kebutuhan mahasiswa

menjadi poin penting mahasiswa dalam menentukan untuk melakukan pembelian secara online atau tidak.

Selain faktor yang telah disebutkan, terhadap faktor gaya hidup yang diduga dapat mempengaruhi pembelian impulsif sehingga secara tidak langsung mencari *e-commerce* yang mampu menyediakan gaya hidup konsumen tertentu. Konsumen melihat, berpikir, memilih dan membeli produk sesuai gaya hidupnya sehingga gaya hidup merupakan konsep gaya populer untuk memahami perilaku konsumen. Individu akan melakukan berbagai cara untuk memenuhi gaya hidup yang menurutnya sesuai dengan dirinya, berkaitan dengan hobi, pekerjaan, belanja ataupun minat individu terhadap suatu produk serta pendapatnya mengenai produk yang akan dibeli, hal ini tentu berpengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi tertentu. Individu yang memiliki gaya hidup berbelanja sangat mudah terpengaruh terhadap rayuan iklan, konpromitas, serta gengsi tanpa mempertimbangkan.⁸ Berikut wawancara secara singkat yang dilakukan kepada 10 mahasiswa Jurusan Ekonomi syariah Uin Suska Riau angkatan 2016.

Tabel 1.3 Hasil Wawancara Prariset Aktifitas Jual Beli Online

NO	PERNYATAAN	JUMLAH JAWABAN SETUJU	PRESENTASE
1	Menyediakan produk yang trend	10	100%
2	Aplikasi shoppe menyediakan hal yang dibutuhkan mahasiswa	8	80%
3	Aplikasi shoppe menyediakan produk-produk yang <i>trending</i>	8	80%

Sumber: Data Olahan Penulis 2021

⁸Indira Cahya Fitriya. *Pengaruh Gaya Hidup, Kesenangan Berinternet Dan Susceptibility To Interpersonal Influence Terhadap Pembelian Impulsif Produk Sale- Ecommerce*. (Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019) h 28

Berdasarkan pra penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa 100% responden setuju bahwa aplikasi yang mampu menyediakan fashion, teknologi dan hal-hal yang sedang trend diwaktu itu membuat mahasiswa memilih aplikasi belanja tersebut. Kemudian diketahui juga bahwa sebagian besar mahasiswa beranggapan bahwa Shopee merupakan platform yang menyediakan berbagai macam kebutuhan Dan aplikasi Shopee mampu menyediakan barang, dan hal-hal yang memenuhi gaya hidup mahasiswa secara menyeluruh.

Berdasarkan latar belakang masalah ini, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti dengan menggunakan metode regresi linear berganda dengan instrumen penelitian kuesioner, untuk melihat hubungan variabel antara variable kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi belanja shopee. Dengan studi kasus pada mahasiswa UIN Suska Riau sehingga diharapkan dapat menjadi berbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan Judul “PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE PADA MASA PANDEMI COVID 19 DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH.”

B. Batasan Masalah

Batasan masalah perlu di pertegas sehingga ruang lingkup penelitian menjadi jelas, lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Adapun batasan berikut batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Variabel independen (bebas) adalah kualitas informasi dan gaya hidup dan variabel dependen (terikat) adalah keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee.
2. Studi kasus dalam penelitian fokus terhadap e-commerce shopee
3. Sampel yang dijadikan objek penelitian adalah mahasiswa UIN Suska Riau
4. Menganalisis hasil penelitian dengan tinjauan kajian ekonomi syariah.

C. Rumusan Masalah

Fenomena-fenomena penelitian ini sudah dipaparkan dalam latar belakang. Berdasarkan identifikasi masalah di atas dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas informasi, terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19?
3. Bagaimana pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ditinjau menurut Ekonomi Syariah?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ?
- b. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19?
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ditinjau menurut Ekonomi Syariah?

2. Manfaat Penelitian

- a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memebrikan tambahan pengetahuan dan wawasan pengalaman serta mampu mengaplikasikan teori yang didapatkan selain itu penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program strata satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau
- b. Bagi Almamater, dapat menjadi tambahan khasanah keilmuan jurusan ekonomi syariah di UIN Suska Riau
- c. Bagi Peneliti Lain, sebagai bahan acuan, refrensi dan perbandingan untuk melakukan penelitian sejenis dan menyempurnakan hasil penelitian.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini ada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Namun karena masa pandemic Covid-19 maka peneliti akan menyebarkan kuiosener penelitin dengan tetap mematuhi protokol kesehatan Covid 19.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek Penelitian ini adalah Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa muslim UIN Suska Riau
- b. Objek Penelitian ini adalah pengaruh Kualitas informasi dan Gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 dan tinjauan fenomena tersebut menurut ekonomi islam.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian ini dipilih sampel atau yang biasa disebut informan Populasi merupakan keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diteliti. Dalam pemilihan populasi, target harus sesuai dengan tujuan riset.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Uin Suska Riau yaitu sebanyak 26.972 mahasiswa.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.⁹ Karena besarnya jumlah populasi, peneliti menggunakan rumus dari Slovin untuk menentukan ukuran sampel dari populasi penelitian, yaitu:

$$n = \frac{n}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

N= Ukuran Populasi

n= Ukuran Sampel

e= Persen Kelonggaran Ketidaktelitian (10%)

Bila angka-angka dimasukkan dalam rumus maka akan mewakili sampel yang ada secara representative, besarnya sampel

$$n = \frac{26972}{1 + 26972 (0,1)^2}$$

= 99,6 maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nonprobability sampling, yang kemudian menggunakan metode *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *Purposive Sampling* adalah

⁹ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 162

teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu¹⁰ . Pertimbangan atau kriteria – kriteria yaitu :

- 1) Mahasiswa Muslim UIN Suska Riau
- 2) Mahasiswa yang menggunakan Aplikasi Shopee
- 3) Mahasiswa yang pernah berbelanja menggunakan aplikasi shopee

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.¹¹ Data primer dalam penelitian ini adalah 100 orang mahasiswa aktif UIN Suska Riau yang menggunakan Shopee dan pernah berbelanja melalui aplikasi Shopee yang diperoleh melalui kuisisioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi¹². berupa data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen serta literature-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014), h 124.

¹¹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), cet. 3, h. 102

¹² *Ibid*

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang dikumpulkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹³ Kuisisioner yang akan disebar akan diberikan kepada masyarakat Kecamatan Tampan yang memenuhi pertimbangan sebagai sampel.
- b. Studi Pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Data yang diambil dapat berupa file, foto dan lain sebagainya. Selama dalam proses penelitian, peneliti juga mengumpulkan data dari dokumen-dokumen yang berupa dokumen publik maupun dokumen (seperti koran, makalah, laporan kantor) ataupun dokumen private (seperti buku harian, diary, surat, e-mail).

6. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang dijadikan objek penelitian atau yang diteliti.¹⁴ Adapun yang dijadikan variabel dalam penelitian ini adalah:

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2014) h 129

¹⁴ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 68

- a. Variabel independen (bebas) adalah variabel yang memengaruhi timbulnya variabel dependen.¹⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah kualitas informasi dan gaya hidup.
- b. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi.¹⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah keputusan mahasiswa menggunakan aplikasi shopee pada masa pandemi Covid 19.

7. Pengukuran Variabel

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal model Likert. Pada tiap nomor pertanyaan disediakan lima alternatif jawaban, dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut:

1. Jawaban sangat setuju/ sangat sering diberi bobot 5
2. Jawaban setuju/ sering diberi bobot 4
3. Jawaban kurang setuju/ cukup sering diberi bobot 3
4. Jawaban tidak setuju/ tidak sering diberi bobot 2
5. Jawaban sangat tidak setuju/ sangat tidak sering diberi bobot 1

8. Definisi Variabel

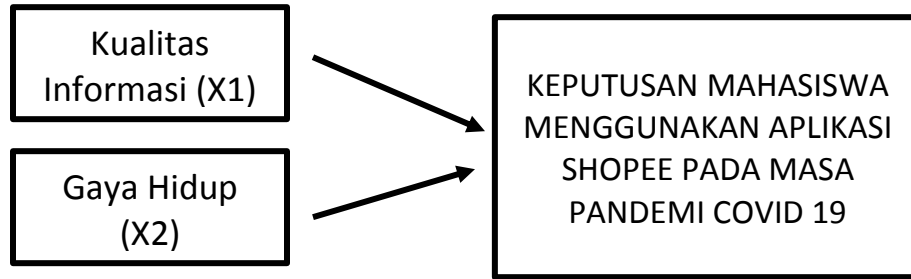
Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur – unsur yang menjadi dasar dari suatu

¹⁵ *Ibid*, h 69

¹⁶ *Ibid*

penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian. Defenisi variabel (kerangka konseptual) di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Tabel 1.4 Indikator Variabel

Variabel	Definisi variable	Indicator	skala
Kualitas Informasi (X1)	Kualitas informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka.	1. Akurat 2. Tepat waktu 3. Relevan 4. Lengkap ¹⁷	Skala Likert
Gaya hidup (X2)	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi	1. Kegiatan (<i>Activity</i>) 2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Opini (<i>Opinion</i>) ¹⁸	Skala Likert

¹⁷Deni Darmawan dan Kunkun Nur Fauzi. *Sistem Informasi Manajemen*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013) h 39

¹⁸ Dawud Lutfianto, dan Heru Suprihadi. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea*, Jurnal ilmu dan Riset manajemen, Volume 6, No 2, 2017, h 8

Variabel	Definisi variable	Indicator	skala
Keputusan pembelian menggunakan aplikasi shopee (Y)	Keputusan konsumen merupakan proses keputusan menggunakan aplikasi shopee yang terdiri dari lima tahap yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi berbagai alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Yang dilakukan oleh konsumenn sebelum sampai pada keputusan menggunakan aplikasi dan selanjutnya pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan jasa secara menyeluruh 2. Merekomendasikan kepada pihak lain 3. Akan menggunakan jasa kembali.¹⁹ 4. pengenalan masalah, 5. pencarian informasi, 6. evaluasi berbagai alternatif, 7. keputusan pembelian dan 8. perilaku pasca pembelian.²⁰ 	Skala Likert

Sumber : Olahan Penulis 2021

9. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data yang disajikan, penulis menggunakan metode analisis data kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika (misalnya fungsi multivariat), model statistik, dan

¹⁹Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008) h 79

²⁰ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. (Jakarta: PT. Indeks, 2016) h 107

ekonometrik. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.²¹

10. Teknik analisis data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.²² Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dan responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corrected Item to Total Correlation* atau nilai r_{hitung} harus berada diatas 0.3. hal ini dikarenakan jika r_{hitung} lebih kecil dari 0.3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid.²³

²¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 30

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), h 52.

²³ Sugiyono, *op cit* h 108

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.²⁴ SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) 0,60.²⁵ Metode yang digunakan *Cronbach's Alpha* yaitu metode menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* bila koefisien reliabilitas besar dari 0,6 ($r > 0.6$).

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dari hasil Kolmogorov-

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), h 47.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016). h

Smirnov. Dikatakan memenuhi normalitas jika nilai residual yang dihasilkan lebih besar dari 0,05

2) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW-Test). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a) Jika $dU < DW < 4-dU$ maka H_0 diterima dan tidak terjadi masalah autokorelasi.
- b) Jika $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka H_0 ditolak dan terdapat masalah autokorelasi.
- c) Jika $dL < DW < Du$ atau $4-dU < DW < 4-dL$ maka tidak ada keputusan yang pasti.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatanyang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dari tingkat signifikansi dapat digunakan *Uji Glejser*. Jikatingkat signifikansi berada di atas 5% berarti

tidak terjadi heteroskedastisitas tetapi jika berada di bawah 5% berarti terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas (Ghozali, 2017: 8). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas informasi (X1) dan Gaya hidup (X2) sedangkan variabel terikat adalah keputusan mahasiswa dalam melakukan jual beli online (Y). Maka, model regresi linear berganda dapat ditulis dengan persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \text{ atau}$$

Dimana :

Y = keputusan mahasiswa dalam melakukan jual beli *online*

A = konstanta

X₁ = kualitas informasi

X₂ = gaya hidup

b₁,b₂ = koefisien regresi

e = variabel pengganggu

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Rumus regresi linear sederhana adalah :

Rumus $Y = a + bX$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Keputusan pembelian)

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang di dasarkan variabel X

X = Variabel independen (Kualitas Informasi dan gaya hidup)

2) Uji Determinasi

Koefisien determinasi adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.²⁶

Untuk mengukur kontribusi variabel X terhadap variabel Y di gunakan uji koefisien determinasi. Cara menentukan Koefisien Determinasi dengan melihat kolom R2, hasil dari analisa data SPSS. Persamaan untuk Koefisien Determinasi sebagai berikut :

$$KD = R \times 100\%$$

Keterangan :

²⁶ Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. (Yogyakarta: Universitas Diponegoro, 2013) h 38

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi

3) Uji Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi dilakukan untuk melihat keberadaan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Kriteria derajat hubungan koefisien korelasi adalah seperti tabel 1.3.

Tabel 1.5

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Erat
0,80 – 0,100	Sangat erat

Sumber : Modifikasi penulis 2020²⁷

4) Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0.05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria :

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

²⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D (Bandung: Alfabeta, 2014), h 135

- b) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

F. Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu antara lain :

Tabel 1.6
Studi Terdahulu

No	Nama Dan Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kamaludin Muhajirin, (jurnal, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima, 2018)/ Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA)	Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda.	Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa STIE Bima. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar $5,004 > 1,676$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$)
2	Eni Nur Aeni, (Program Studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019)/ Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku	Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda.	Hanya variable kemudahan dan harga yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, sedangkan variabel kualitas informasi dan kualitas produk tidak berpengaruh

No	Nama Dan Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam		
3	Idfa Rosidah, (Fakultas Syariah Iain Ponorogo, 2016)/ Pengaruh Kualitas Informasi, Religiusitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Jual Beli Online Pada Mahasiswa Jurusan Muamalah	Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel kualitas informasi dan keputusan pembelian sebesar 24,5%. Ada pengaruh secara parsial antara variabel religiusitas dan keputusan Ada pengaruh secara parsial antara variabel harga dan keputusan pembelian sebesar 17,8%. Ada pengaruh secara simultan antara variabel kualitas informasi, religiusitas dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 44,1%.
4	Lenggang Kurnia Intan Devi, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)/ Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)	Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee, hal tersebut dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 83,571 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi yakni 0,485 yang berarti bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan promosi sebesar 48,5% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian

No	Nama Dan Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
			ini.
5	Sri Puji Lestari dan Mustikaningrum Hidayati, (Fakultas ekonomika dan bisnis Universita, 201)/ Online Shop Yang Dilakukan Oleh Mahasiswa Di Kota Semarang Pada Masa Pandemi Covid 19	Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Di Online Shop yang dilakukan oleh mahasiswa Di Kota Semarang pada masa Pandemi Covid 19. Sedangkan orientasi belanja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sumber : Olahan Penulis 2021

Setelah peneliti mengamati penelitian sebelumnya, peneliti tidak menemukan penelitian yang secara khusus membahas mengenai Pengaruh Kualitas Informasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19, melainkan terpisah-pisah dan penelitian-penelitian terdahulu dilakukan sebelum pandemic Covid-19 sedangkan fenomena pada masa tersebut sudah berubah ketika pandemic Covid 19 terjadi berikut dengan protocol kesehatannya. Penelitian sebelumnya ada yang membahas mengenai kualitas informasi, gaya hidup dan keputusna pembelian akan tetapi berbeda bahasan variabel dengan penelitian yang penulis angkat. Dan variabel-variabel yang dibahas dengan objek yang berbeda karena bukan mahasiswa UIN Suska Riau. Sehingga penulis memilih meneliti dengan judul ini karena perbedaan masalah dan gap antara penelitian sebelumnya karena sedikit

sekali referensi penelitian yang meneliti fenomena belanja online melalui Shopee oleh mahasiswa UIN Suska Riau dalam sudut pandang ekonomi Islam.

G. Rencana Out line

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Batasan Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan dan Manfaat
- E. Metode penelitian
- F. Penelitian Terdahulu
- G. Sistematika Pembahasan

BAB II GAMBARAN UMUM UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU

- A. Sejarah UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- B. Visi dan Misi UIN Sultan Syarif Kasim Riau

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

- A. Jual beli Online
- B. Kualitas Informasi
- C. Gaya Hidup
- D. Keputusan Pembelian
- E. Shoppe

BAB IV PEMBAHASAN HASIL DATA PENELITIAN

- A. Pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19 ditinjau menurut Ekonomi Syariah
- B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pengaruh kualitas informasi dan gaya hidup terhadap keputusan mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan aplikasi Shopee pada masa pandemi Covid 19

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, Eni Nur. 2019. *Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Uin Walisongo Semarang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Ahmad, Imam bin Hanbal. 1990. *Musnad Ahmad bin Hanbal*. al-Qahirah:dar al-hadis
- Al-Bukhari, Abu Abdullah Muhammad bin Ismail, 2011. *Ensiklopedia Hadits; Shahih al-Bukhari 1, Terj. Masyhar dan Muhammad Suhadi Cet. I*, Jakarta: Almahira,
- Al-Quran Terjemahan. 2015. *Departemen Agama RI*. Bandung: CV Darus Sunnah.
- Basu Swasta dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Darmawan, Deni dan Kunkun Nur Fauzi. 2013. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Fitriya, Indira Cahya. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup, Kesenangan Berinternet Dan Susceptibility To Interpersonal Influence Terhadap Pembelian Impulsif Produk Sale- Ecommerce*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Hajar, dkk. 2020. *Panduan Penulisan Skripsi Dan Tugas Akhir*, Pekanbaru: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau
- Hasan, Iqbal, 2010. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara,
- Imam Ghozali, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Semarang*: Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 21 Update PLS Regresi Semarang*: Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro

- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lutfianto, Dawud dan Heru Supriyadi. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea*, *Jurnal ilmu dan Riset manajemen*, Volume 6, No 2
- Muhamad, 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers
- Pakpahan, Aknolt Kristian. 2020. *Conid-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional* p.59-64.
- Rerung, Rintho Rante. 2018. *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Rizal, Agus. 2019. *Solusi Dan Strategi Inklusi Keuangan Syariah: Kasus Umkm-Bmt Di Sumatera Utara-Indonesia*. *Jurnal Internasional Bisnis dan Manajemen* Vol. VII, No. 2. DOI: 10.20472 / BM.2019.7.2.001.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutabri, Tata. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>. Diakses pada tanggal 15 Januari 2021. Pukul 14:30 WIB.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 16 Januari 2021 pukul 19:30 WIB
- <https://katadata.co.id/happyfajrian/digital/5e9a4c4bef9cb/inilah-e-commerce-paling-populer-di-asia-tenggara-menurut-riset-iprice>. Diakses pada 15 Januari 2020 pukul 19:30 WIB
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/pengunjung-situs-shopee-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada 16 Januari 2020 Pukul 19:30 WIB.
- <https://lokadata.id/artikel/pasar-e-commerce-terbesar-indonesia-dari-milenial>. Diakses pada tanggal 18 Januari 2021. Pukul 19:00 WIB.
- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>. Diakses pada 18 Januari 2021. Pukul 20:00 WIB.