

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Shopee merupakan platform jual beli online yang banyak digunakan di kalangan masyarakat terutama para mahasiswa karena banyak fitur yang disediakan lebih cocok pada mahasiswa dengan perbedaan diskon setiap bulan dan tahunnya. Gratis ongkos kirim shopee merupakan bentuk promosi yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi mahasiswa karena pada saat melakukan pembelian terhadap barang melalui online.

Berbelanja di shopee karena dianggap cukup menguntungkan dengan adanya tawaran gratis ongkos kirim. Dengan adanya tawaran gratis ongkos kirim pada produk yang akan dibeli konsumen akan lebih memiliki gairah tersendiri karna konsumen merasa senang dan tidak berpikir dua kali dengan produk yang di inginkan dengan adanya pemotongan biaya pada ongkos kirim.

1. Promosi gratis ongkos kirim shopee berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam perspektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon, karena keputusan yang diambil mahasiswa dalam pembelian memilih pilihan produk dimana pilihan tersebut dipengaruhi oleh faktor promosi, mutu, harga, tempat, kemudahan, dan pelayanan. Pengambilan keputusan dilakukan oleh mahasiswa dapat dilalui melalui beberapa tahap mulai dari kesadaran

pemenuhan kebutuhan dan keinginan hingga sampai pada tahap penilaian setelah pembelian.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi gratis ongkos kirim shopee dan keputusan pembelian dalam perspektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon yaitu, antara lain kenyamanan fitur yang tersedia dalam shopee membantu kemudahan akses mahasiswa pada proses transaksi. Tampilan yang menarik serta berkesan simpel bagi pengguna pemula. Mahasiswa cenderung akan berbelanja produk yang membuat mereka berpikir bahwa penawaran tersebut tidak akan terjadi lagi dan hanya berlangsung pada saat itu juga, serta ditambah dengan gratis ongkos kirim shopee yang semakin meyakinkan untuk membeli produk dengan harga murah tersebut tanpa dibebani oleh biaya pengiriman.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan baik dari referensi maupun sumber acuan yang digunakan oleh peneliti. Penelitian yang dikaji dari beberapa teori dan telaah pustaka telah mampu memberikan pemahaman secara terperinci sehingga mudah dipahami oleh generasi selanjutnya. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu: variabel promosi gratis ongkos kirim shopee sebagai independent dan variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependent.

2. Penelitian ini menggunakan sampel yang hanya pada mahasiswa semester duan dan semester empat yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon.
3. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 77 responden dari jumlah keseluruhan 95 orang mahasiswa semester duan dan semester empat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon.
4. Penelitian ini masih belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan keputusan pembelian dengan adanya promosi gratis ongkos kirim pada aplikasi shopee dalam perspektif ekonomi islam pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon.

C. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas maka saran dari penulis sekiranya untuk masukan sebagai berikut:

1. Disarankan kepada perusahaan yang bergerak dipemasaran secara online secara khusus objek yang di teliti lebih gencar dan membuat inovasi baru dalam memperkenalkan dan memperluas target pasar lewat promosi gratis ongkos kirim sebagai sarana dalam meningkatkan keputusan konsumen.
2. Disarankan kepada calon peneliti agar membuat kajian yang lebih komfrehensif terkait keputusan pembelian karna masih ada faktor –faktor lain yang mepengaruhi keputusan pembelian diluar kedua variabel yang diteliti.

3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan peneliti dapat menggunakan lebih banyak sampel dari berbagai sektor agar lebih relevan.
4. Peneliti selanjutnya lebih baik menambahkan variabel lain dalam penelitian selanjutnya



DAFTAR PUSTAKA

- Alan, F. (2019). Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Minat Beli Melalui Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ambon) *Doctoral Dissertation*, IAIN Ambon.
- Buchari, A. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. Bandung
- Chopper, D.R., dan Schindler, P.A. (2014). *Business Research Methods*. New York
- https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023_ pada Selasa 17 Oktober pukul 13.25.
- Haniscara, N. A., dan Saino, S. (2021). Pengaruh Online Customer Review dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Generasi Muda Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. Surabaya
- Hansson, S. O. (2005). *Decision Theory: A Brief Introduction*. Bandung
- Ibnu Majah .(2016). *Sunan Ibnu Majah, Juz 2, CD*. Maktabah Kutub Al Mutun. ponorogo
- Istiqomah, N dan Hartono, B. (2022). Analisis Persepsi Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Kompetitif*. Magelang
- Kotler, P dan Armstrong G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga. Jakarta

Lamusara, D. M, Thalhah, T, Relubun, D.A & Kurnia , R. (2022).

Penggunaan Akad As-salam Dalam Jual Beli Online Sistem Dropshipping
Di IAIN Ambon. Amal: Jurnal Ekonomi Syariah. Ambon

Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian Dan Statistik*(Edisi Ke-1). Bandung:

PT. Remaja Rosdakarya. Bandung

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), (2011). *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Jakarta

Ramadan, A, F., Rafiudin, R, H.M., Komalasari, R dan Hidayat, W. (2023).

Pengaruh Fitur Gratis Ongkir Shopee Terhadap Minat Belanja
Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*. Banten

Razali, G., Andamisari, D dan Saputra, J. (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan

Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

CITIZEN: *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*. Vol 2, No. 3, 2022

ISSN: 2807-5994.h345

Sari, Vela, N .(2019). “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee

Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan

Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Yogyakarta”, (Skripsi STIE Widya Wihama Yogyakarta. Yogyakarta

Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. Jakarta

Slameto. (2007). *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: PT

Rineka Cipta. Sukoharju

Sohrah .(2014). Prinsip Ekonomi Dalam Islam, *Jurnal Al-Qadau*. Makassar

Suharyadi dan Purwanto. 2009. *Statistika Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern*

Edisi 2 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat. Jakarta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV

Alfabeta. Bandung

Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah*

Dipahami Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Yogyakarta

Tria Wardani, T dan Nawawi, Z, M,MA. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing

oleh Pelaku UMKM Desa Melati 1 Kecamatan Perbaungan dalam

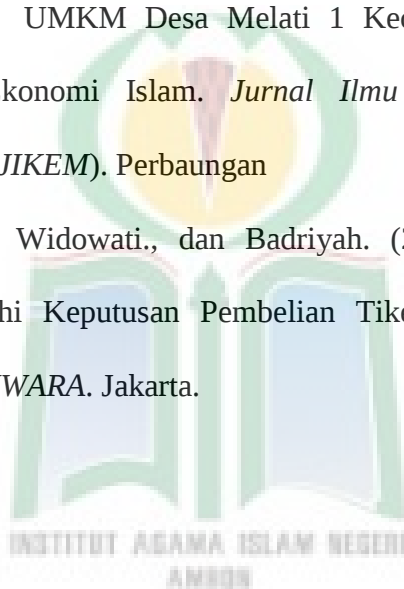
Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan*

Manajemen (JIKEM). Perbaungan

Yoeli Astuti., Retno Widowati., dan Badriyah. (2022). Faktor-Faktor Yang

Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online Pada Traveloka.

JURNAL ABIWARA. Jakarta.



LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM (ONGKIR) SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN AMBON)

Pernyataan dibawah ini merupakan yang berhubungan langsung dengan penelitian yang mana nantinya akan menjadi hasil dari penelitian ini .Untuk itu diharapkan kesediaannya dalam mengisi pernyataan – pernyataan dibawah ini dengan kesungguhan menurut pendapat anda agar penelitian ini dapat berjalan dengan semestinya dan dapat dimanfaatkan sebagai perkembangan ilmu di bidang pendidikan dimasa yang akan datang.

KRITERIA RESPONDEN :

- Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon
- Mahasiswa Semester II dan IV
- Pernah melakukan belanja online pada shoope

PETUNJUK PENGISIAN :

- Berilah tanda (✓) pada jawaban yang anda anggap benar
- Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban
- Kriteria jawaban

SS	S	CS	TS	STS
----	---	----	----	-----

Keterangan :

Sangat setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Cukup setuju (CS) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat tidak setuju (STS) = 1

IDENTITAS RESPONDEN:

- Nama :
- Umur :
- Jenis Kelamin :
- Semester :
- Uang Saku Per Bulan :
 - a. < Rp. 500,000
 - b. > Rp. 500,000
- Berapa Kali Melakukan Pembelian Di Shopee :
 - c. 1 Kali
 - d. 2 – 4 Kali
 - e. > 5 Kali

DAFTAR PERNYATAAN KUISIONER

Daftar Pernyataan Promosi Gratis Ongkos Kirim (X)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Gratis ongkos kirim yang diberikan <i>shopee</i> sesuai harapan					
2	<i>Shopee</i> mengadakan gratis ongkos kirim setiap bulannya di tanggal tertentu					
3	Gratis ongkos kirim yang diberikan <i>marketplace shopee</i> berlangsung di waktu yang tepat					
4	<i>Shopee</i> sering memberikan gratis ongkos kirim kepada produk yang saya inginkan					
5	Gratis ongkos kirim di <i>Shopee</i> , membuat saya mengingat promosi tersebut					
6	<i>Shopee</i> mengadakan gratis ongkos kirim besar – besaran pada beberapa tanggal tertentu setiap tahunnya.					
7	Adanya gratis ongkos kirim mengingatkan saya untuk membuka aplikasi <i>shopee</i> .					
8	<i>Shopee</i> identik dengan memberikan gratis ongkos					

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
	kirim					
9	Shopee mengadakan gratis ongkos kirim membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi.					
10	Saya merasa antusias untuk berbelanja di <i>shopee</i> karna penawaran gratis ongkos kirimnya					
11	Saya tertarik belanja di <i>shopee</i> karna voucher gratis ongkir yang di tawarkan oleh <i>shopee</i> lebih banyak.					
12	Promosi gratis ongkos kirim di <i>Shopee</i> sesuai dengan keinginan saya sebagai konsumen.					

Daftar Pernyataan Keputusan Pembeli (Y)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
13	Lewat promosi ongkos gratis kirim, <i>Shopee</i> mempengaruhi saya agar melakukan pembelian di <i>Shopee</i>					
14	Saya merasa antusias untuk berbelanja di <i>Shopee</i> pada sesi penawaran gratis ongkos kirim					
15	Saya merasa ingin berbelanja barang yang belum saya miliki sebelumnya karena promosi gratis ongkos kirim yang diberikan <i>Shopee</i>					
16	Saya akan langsung membeli produk yang ditawarkan karena promosi ongkos kirim yang berlakukan di <i>shopee</i>					
17	Saya memiliki dorongan keinginan untuk berbelanja di <i>Shopee</i> karena promosi ongkos kirim yang ditawarkan					
18	Produk yang pernah saya beli bisa saya jangkau karena ongkos gratis kirim yang <i>shopee</i> tawarkan.					
19	Saya berkeinginan akan melakukan kembali pembelian					

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
	ketika melihat adanya promosi gratis ongkos kirim di <i>Shopee</i>					
	Ongkos gratis kirim diberikan oleh <i>marketplace shopee</i>					
20	membuat saya lebih sering berbelanja di shopee daripada di <i>marketpalace</i> lain.					



LAMPIRAN II

GAMBARAN UMUM RESPONDEN

Profil Responden	Jumlah	Presentase (%)
Jenis kelamin :		
Pria	24	31,17
Wanita	53	68,83
Umur :		
18-21	77	100
Semester:		
II	28	36,36
IV	49	63,64
Uang saku per bulan:		
< Rp. 500,000	55	71,43
> Rp. 500,000	22	28,57
Berapa kali melakukan pembelian di shopee :		
1 Kali	17	22,08
2 – 4 Kali	37	48,05
> 5 Kali	23	29,87

LAMPIRAN III

DATA JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM SHOPEE

Responden	Pernyataan Promosi Gratis Ongkos kirim Shopee												Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	39
3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	57
4	4	4	3	5	4	1	2	3	4	4	2	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
6	1	3	2	3	2	1	2	3	1	3	3	3	27
7	3	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	3	43
8	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	3	5	48
9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	56
10	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	56
11	5	4	2	5	4	3	5	2	5	5	4	4	48
12	3	4	3	2	2	4	2	4	4	4	4	4	40
13	5	3	3	3	4	5	4	5	4	4	4	3	47
14	1	4	4	1	3	3	1	3	4	4	4	4	36
15	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	55
16	1	3	4	1	1	2	1	4	3	2	1	1	24
17	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	55
18	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	53
19	1	5	3	5	1	5	1	3	2	5	5	1	37
20	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	54
21	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	55
22	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
23	5	1	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	28
24	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	47
25	3	5	2	1	3	5	4	3	4	5	4	4	43
26	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	55
27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	46
28	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	56
29	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	33

Responden	Pernyataan Promosi Gratis Ongkos kirim Shopee												Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
30	2	4	2	2	4	4	3	2	2	2	3	2	32
31	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	3	46
32	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	15
33	3	4	5	4	3	3	2	3	3	4	5	5	44
34	4	3	5	2	3	3	3	4	3	3	3	5	41
35	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	56
36	4	5	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	43
37	5	3	1	5	3	4	5	3	5	5	5	5	49
38	4	3	5	5	3	4	4	3	4	4	4	3	46
39	5	5	4	4	3	5	3	4	5	5	3	5	51
40	4	5	4	3	3	1	3	1	3	1	1	1	30
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	50
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
46	5	5	1	5	5	1	1	1	1	2	1	5	33
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
48	3	2	3	3	4	5	2	3	3	3	3	3	37
49	4	3	5	5	4	2	3	3	5	3	3	4	44
50	2	3	4	2	3	3	5	3	3	1	3	4	36
51	4	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	37
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	50
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	5	5	1	5	5	1	1	1	1	2	1	5	33
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
57	3	2	3	3	4	5	2	3	3	3	3	3	37
58	4	3	5	5	4	2	3	3	5	3	3	4	44
59	2	3	4	2	3	3	5	3	3	1	3	4	36
60	4	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	37
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
62	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	50
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64	5	5	1	5	5	1	1	1	1	2	1	5	33
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
66	3	2	3	3	4	5	2	3	3	3	3	3	37

Responden	Pernyataan Promosi Gratis Ongkos kirim Shopee												Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
67	4	3	5	5	4	2	3	3	5	3	3	4	44
68	2	3	4	2	3	3	5	3	3	1	3	4	36
69	4	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	37
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	50
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
73	5	5	1	5	5	1	1	1	1	2	1	5	33
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
75	3	2	3	3	4	5	2	3	3	3	3	3	37
76	4	3	5	5	4	2	3	3	5	3	3	4	44
77	5	5	1	5	5	1	1	1	1	2	1	5	33

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Responden	Pernyataan Keputusan Pembelian									Total
	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20		
1	5	5	4	5	5	5	5	5	39	
2	3	2	4	3	3	3	3	3	24	
3	5	4	5	4	5	5	5	5	38	
4	4	4	3	5	4	1	2	3	26	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
6	1	3	2	3	2	1	2	3	17	
7	3	3	3	4	4	4	5	3	29	
8	4	3	5	4	4	3	4	4	31	
9	5	5	5	5	5	5	5	4	39	
10	5	5	5	5	4	4	4	5	37	
11	5	4	2	5	4	3	5	2	30	
12	3	4	3	2	2	4	2	4	24	
13	5	3	3	3	4	5	4	5	32	
14	1	4	4	1	3	3	1	3	20	
15	5	4	4	5	5	4	5	4	36	
16	1	3	4	1	1	2	1	4	17	
17	5	5	4	5	4	4	5	4	36	
18	4	4	4	5	4	5	5	4	35	

Responden	Pernyataan Keputusan Pembelian								Total
	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
19	1	5	3	5	1	5	1	3	24
20	5	5	5	5	4	5	4	4	37
21	4	5	5	5	4	4	5	5	37
22	5	5	4	4	4	5	5	5	37
23	5	1	2	2	1	1	1	3	16
24	4	4	5	3	4	3	4	4	31
25	3	5	2	1	3	5	4	3	26
26	5	4	5	4	5	4	5	4	36
27	4	4	4	4	4	4	4	3	31
28	5	5	4	5	5	5	5	4	38
29	3	3	2	2	2	3	3	3	21
30	2	4	2	2	4	4	3	2	23
31	4	4	4	2	4	4	4	4	30
32	1	1	2	1	1	1	2	2	11
33	3	4	5	4	3	3	2	3	27
34	4	3	5	2	3	3	3	4	27
35	5	5	4	4	5	5	4	4	36
36	4	5	2	4	3	4	3	3	28
37	5	3	1	5	3	4	5	3	29
38	4	3	5	5	3	4	4	3	31
39	5	5	4	4	3	5	3	4	33
40	4	5	4	3	3	1	3	1	24
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	5	5	5	4	5	4	5	4	37
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	1	3	2	3	2	1	2	3	17
47	3	3	3	4	4	4	5	3	29
48	4	3	5	4	4	3	4	4	31
49	5	5	5	5	5	5	5	4	39
50	5	5	5	5	4	4	4	5	37
51	5	4	2	5	4	3	5	2	30

Responden	Pernyataan Keputusan Pembelian								Total
	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
52	3	4	3	2	2	4	2	4	24
53	5	3	3	3	4	5	4	5	32
54	1	4	4	1	3	3	1	3	20
55	5	4	4	5	5	4	5	4	36
56	1	3	4	1	1	2	1	4	17
57	5	5	4	5	4	4	5	4	36
58	4	4	4	5	4	5	5	4	35
59	1	5	3	5	1	5	1	3	24
60	5	5	5	5	4	5	4	4	37
61	1	3	2	3	2	1	2	3	17
62	3	3	3	4	4	4	5	3	29
63	4	3	5	4	4	3	4	4	31
64	5	5	5	5	5	5	5	4	39
65	5	5	5	5	4	4	4	5	37
66	5	4	2	5	4	3	5	2	30
67	3	4	3	2	2	4	2	4	24
68	5	3	3	3	4	5	4	5	32
69	1	4	4	1	3	3	1	3	20
70	5	4	4	5	5	4	5	4	36
71	1	3	4	1	1	2	1	4	17
72	5	5	4	5	4	4	5	4	36
73	4	4	4	5	4	5	5	4	35
74	1	5	3	5	1	5	1	3	24
75	5	5	5	5	4	5	4	4	37
76	5	5	4	5	4	4	5	4	36
77	4	4	4	5	4	5	5	4	35

LAMPIRAN IV

DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM SHOPEE

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	6,5	6,5	6,5
	2,00	4	5,2	5,2	11,7
	3,00	14	18,2	18,2	29,9
	4,00	22	28,6	28,6	58,4
	5,00	32	41,6	41,6	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,6	2,6	2,6
	2,00	5	6,5	6,5	9,1
	3,00	19	24,7	24,7	33,8
	4,00	21	27,3	27,3	61,0
	5,00	30	39,0	39,0	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	7,8	7,8	7,8
	2,00	8	10,4	10,4	18,2
	3,00	16	20,8	20,8	39,0
	4,00	21	27,3	27,3	66,2
	5,00	26	33,8	33,8	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	5,2	5,2	5,2
	2,00	12	15,6	15,6	20,8
	3,00	13	16,9	16,9	37,7
	4,00	14	18,2	18,2	55,8
	5,00	34	44,2	44,2	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	5,2	5,2	5,2
	2,00	3	3,9	3,9	9,1
	3,00	13	16,9	16,9	26,0
	4,00	30	39,0	39,0	64,9
	5,00	27	35,1	35,1	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	10	13,0	13,0	13,0
	2,00	5	6,5	6,5	19,5
	3,00	14	18,2	18,2	37,7
	4,00	17	22,1	22,1	59,7
	5,00	31	40,3	40,3	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	9	11,7	11,7	11,7
	2,00	12	15,6	15,6	27,3
	3,00	11	14,3	14,3	41,6
	4,00	14	18,2	18,2	59,7
	5,00	31	40,3	40,3	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	7,8	7,8	7,8
	2,00	3	3,9	3,9	11,7
	3,00	28	36,4	36,4	48,1
	4,00	23	29,9	29,9	77,9
	5,00	17	22,1	22,1	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	7	9,1	9,1	9,1
	2,00	2	2,6	2,6	11,7
	3,00	18	23,4	23,4	35,1
	4,00	18	23,4	23,4	58,4
	5,00	32	41,6	41,6	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	6,5	6,5	6,5
	2,00	7	9,1	9,1	15,6
	3,00	14	18,2	18,2	33,8
	4,00	25	32,5	32,5	66,2
	5,00	26	33,8	33,8	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	8	10,4	10,4	10,4
	2,00	1	1,3	1,3	11,7
	3,00	21	27,3	27,3	39,0
	4,00	21	27,3	27,3	66,2
	5,00	26	33,8	33,8	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	5,2	5,2	5,2
	2,00	1	1,3	1,3	6,5
	3,00	14	18,2	18,2	24,7
	4,00	28	36,4	36,4	61,0
	5,00	30	39,0	39,0	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

P13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	13	16,9	16,9	16,9
	2,00	1	1,3	1,3	18,2
	3,00	10	13,0	13,0	31,2
	4,00	16	20,8	20,8	51,9
	5,00	37	48,1	48,1	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	2,6	2,6	2,6
	2,00	1	1,3	1,3	3,9
	3,00	19	24,7	24,7	28,6
	4,00	24	31,2	31,2	59,7
	5,00	31	40,3	40,3	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	12	15,6	15,6	16,9
	3,00	13	16,9	16,9	33,8
	4,00	26	33,8	33,8	67,5
	5,00	25	32,5	32,5	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	8	10,4	10,4	10,4
	2,00	8	10,4	10,4	20,8
	3,00	9	11,7	11,7	32,5
	4,00	15	19,5	19,5	51,9
	5,00	37	48,1	48,1	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	8	10,4	10,4	10,4
	2,00	7	9,1	9,1	19,5
	3,00	12	15,6	15,6	35,1
	4,00	33	42,9	42,9	77,9
	5,00	17	22,1	22,1	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	7	9,1	9,1	9,1
	2,00	3	3,9	3,9	13,0
	3,00	14	18,2	18,2	31,2
	4,00	25	32,5	32,5	63,6
	5,00	28	36,4	36,4	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	10	13,0	13,0	13,0
	2,00	9	11,7	11,7	24,7
	3,00	7	9,1	9,1	33,8
	4,00	18	23,4	23,4	57,1
	5,00	33	42,9	42,9	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

P20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,3	1,3	1,3
	2,00	5	6,5	6,5	7,8
	3,00	22	28,6	28,6	36,4
	4,00	34	44,2	44,2	80,5
	5,00	15	19,5	19,5	100,0
	Total	77	100,0	100,0	

LAMPIRAN V

UJI VALIDITAS INSTRUMEN DAN REABILITAS INSTRUMEN

VALIDITAS INSTRUMEN PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM SHOPEE

		Correlations												
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
P1	Pearson Correlation	1	,506**	,207	,685**	,648*	,187	,338*	,285*	,401**	,490**	,238*	,657*	,641*
	Sig. (2-tailed)		,000	,071	,000	,000	,103	,003	,012	,000	,000	,037	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
P2	Pearson Correlation	,506**	1	,180	,560**	,524*	,296*	,333*	,272*	,258*	,472**	,314*	,529*	,593*
	Sig. (2-tailed)	,000		,116	,000	,000	,009	,003	,017	,023	,000	,005	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
P3	Pearson Correlation	,207	,180	1	,268*	,221	,418*	,538*	,711*	,672**	,416**	,525*	,265*	,640*
	Sig. (2-tailed)	,071	,116		,018	,053	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,020	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
P4	Pearson Correlation	,685**	,560**	,268*	1	,568*	,156	,309*	,201	,322**	,437**	,277*	,573*	,612*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,018		,000	,175	,006	,080	,004	,000	,015	,000	,000

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	Total
P10	Pearson Correlation	,490**	,472**	,416**	,437**	,348*	,683*	,495*	,729*	,688**	1	,798*	,443*	,816*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
P11	Pearson Correlation	,238*	,314**	,525**	,277*	,314*	,810*	,730*	,790*	,744**	,798**	1	,378*	,818*
	Sig. (2-tailed)	,037	,005	,000	,015	,005	,000	,000	,000	,000	,000		,001	,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
P12	Pearson Correlation	,657**	,529**	,265*	,573**	,642*	,239*	,432*	,357*	,382**	,443**	,378*	1	,668*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,020	,000	,000	,037	,000	,001	,001	,000	,001		,000
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Total	Pearson Correlation	,641**	,593**	,640**	,612**	,653*	,730*	,794*	,800*	,821**	,816**	,818*	,668*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77	77

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

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

VALIDITAS INSTRUEMN KEPUTUSAN PEMBELIAN

Correlations									
	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Total
Pearson Correlation	1	,374**	,375**	,631**	,776**	,491**	,806**	,462**	,846**
Sig. (2-tailed)		,001	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Pearson Correlation	,374**	1	,415**	,530**	,448**	,602**	,338**	,318**	,645**
Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000	,000	,003	,005	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Pearson Correlation	,375**	,415**	1	,314**	,501**	,355**	,311**	,603**	,612**
Sig. (2-tailed)	,001	,000		,005	,000	,002	,006	,000	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Pearson Correlation	,631**	,530**	,314**	1	,589**	,506**	,673**	,262*	,775**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005		,000	,000	,000	,021	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Pearson Correlation	,776**	,448**	,501**	,589**	1	,526**	,861**	,436**	,872**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Pearson Correlation	,491**	,602**	,355**	,506**	,526**	1	,541**	,546**	,749**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000		,000	,000	,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Pearson Correlation	,806**	,338**	,311**	,673**	,861**	,541**	1	,368**	,850**
Sig. (2-tailed)	,000	,003	,006	,000	,000	,000		,001	,000

Correlations

	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Total
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Pearson Correlation	,462**	,318**	,603**	,262*	,436**	,546**	,368**	1	,628**
Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,021	,000	,000	,001		,000
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77
Pearson Correlation	,846**	,645**	,612**	,775**	,872**	,749**	,850**	,628**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	77	77	77	77	77	77	77	77	77

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

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



REABILITAS INSTRUMEN PROMOSI GRATIS ONGKOS KIRIM

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	77	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	77	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's		
Alpha	N of Items	
,913	12	

REABILITAS INSTRUMEN KEPUTUSAN PEMBELIAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	77	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	77	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

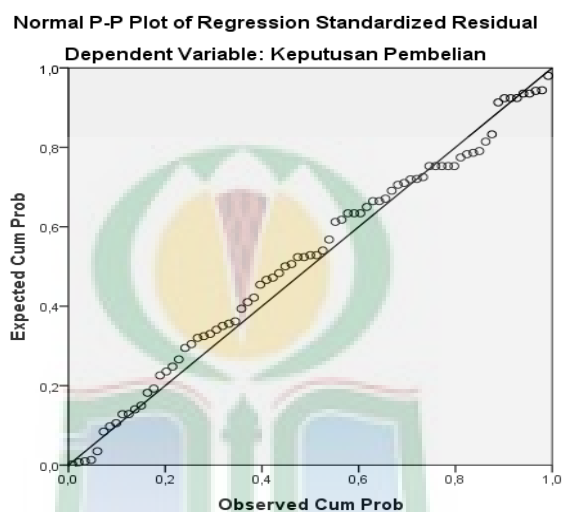
Reliability Statistics

Cronbach's		
Alpha	N of Items	
,889	8	

LAMPIRAN VI

HASIL ASUMSI KLASIK

Charts



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

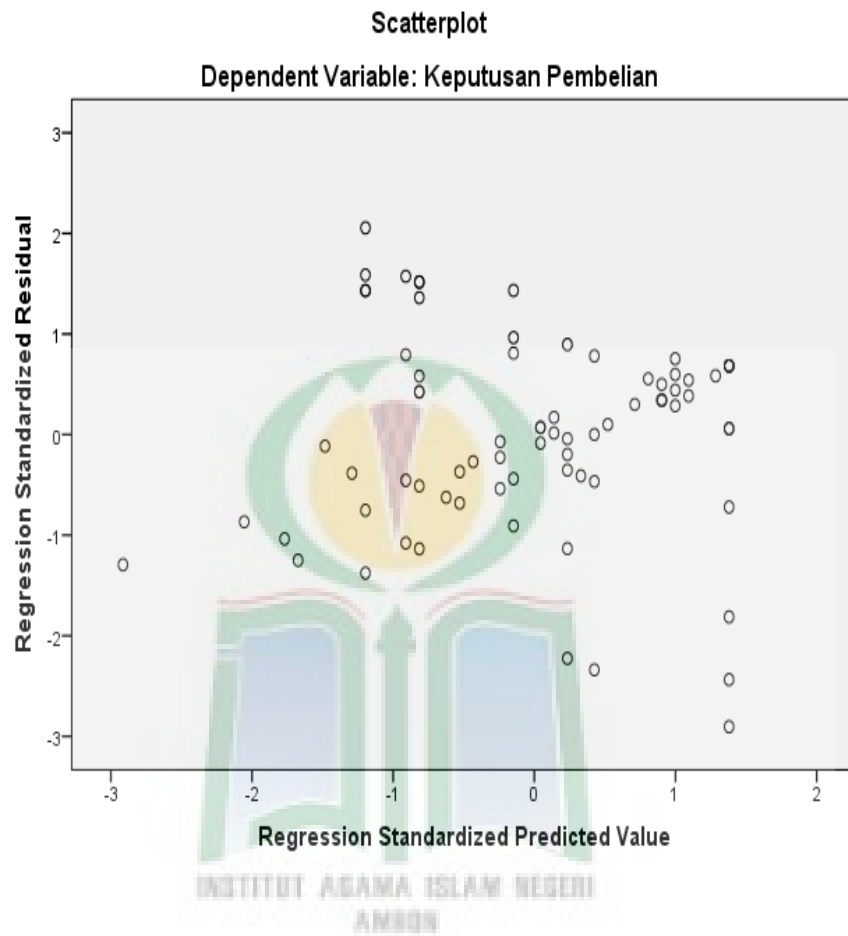
		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,36785566
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,065
	Negative	-,068
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



LAMPIRAN VII

HASIL REGRESI LINIER SEDERHANA

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi gratis ongkos kirim shopee ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,513 ^a	,263	,253	6,410

a. Predictors: (Constant), Promosi gratis ongkos kirim shopee

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1098,309	1	1098,309	26,729	,000 ^b
	Residual	3081,769	75	41,090		
	Total	4180,078	76			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi gratis ongkos kirim shopee

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,857	3,278		4,228	,000
	Promosi gratis ongkos kirim shopee	,363	,070	,513	5,170	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI AMBON

Jl. Dr. H. Tarmizi Taher Kebun Cengkeh Batu Merah Atas - Ambon 97128
 Website : <https://iainambon.ac.id> Email : humas@iainambon.ac.id
 Facebook,youtube,twitter: iain ambon, Instagram: iain_ambon82

Nomor : B-650/In.09/1/1-d/PP.00.9/05/2024 Ambon, 20 Mei 2024
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth:
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Nomor : B-58 /In.09 /5 /5.b /PP.00 /05/2024 tanggal 07 Mei 2024, Perihal Izin Penelitian terhadap mahasiswa :

Nama : Rizka Alis
 NIM : 200105035
 Semester : VIII (Delapan)
 Prodi/Fakultas : Ekonomi Syariah/Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul Penelitian : **"Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Kepuasan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon)"**
 Lokasi Penelitian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Waktu : 07 Mei sampai dengan 07 Juni 2024

Dengan ini kami menyetujui dan mengizinkan kegiatan mahasiswa tersebut dalam rangka penyelesaian Skripsi sebagaimana tugas akhir studi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Menjunjung tinggi Etika, Moral dan Budaya Akademik Perguruan Tinggi
2. Mentaati semua ketentuan/peraturan yang berlaku serta memperhatikan keamanan dan ketertiban umum
3. Melaporkan hasil kegiatan Penelitian setelah selesai pelaksanaan Penelitian sesuai waktu yang ditentukan

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya di sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Kepala Biro AUAK

H. Jamaludin Bugis, S. Ag., M.Pd

Tembusan Yth.

- Rektor sebagai laporan
- Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
- Mahasiswa yang bersangkutan
- Arsip



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Alamat : Jl Dr. H.Tarmizi Thaher Kebun Cengkeh Batu merah Atas Ambon
 Kode Pos 97128, E-mail; febi@iainambon.ac.id

Nomor : B-58/In.09/5/5.b/PP.00/05/2024
 Lamp : 1 (satu) Eksamplar Proposal Skripsi
 Perihal : Izin Penelitian

Ambon, 07 Mei 2024

Kepada Yth :

Rektor IAIN Ambon
Cq. Kepala Biro AUAK IAIN Ambon
 Di –

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon:

Nama : Rizka Alis
 NIM : 200105035
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Semester : VIII (Delapan)

Dalam waktu dekat akan menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dengan judul:

Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim (Ongkir) Shopee Terhadap Kepuasan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon).

Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kepada Bapak, kiranya dapat mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ambon. Terhitung mulai dari tanggal 07 Mei 2024 sampai dengan tanggal 07 Juni 2024.

Demikian, atas kerja sama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

