

## PENGARUH POTONGAN HARGA (DISKON), GRATIS ONGKIR DAN SISTEM COD TERHADAP MINAT BERBELANJA ONLINE DI APLIKASI SHOPEE DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Kurniasih Setyagustina<sup>1</sup>, Rahmania<sup>2</sup>, M. Joni<sup>3</sup>, Abdul Kholik<sup>4</sup>, Winahyu Dwi Suhitasari<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Institut Agama Islam Syekh Maulana Qori Bangko

Corresponding Author: <sup>1</sup>[kurniasihpenulis2022@gmail.com](mailto:kurniasihpenulis2022@gmail.com), <sup>2</sup>[rahmaniana089@gmail.com](mailto:rahmaniana089@gmail.com), <sup>3</sup>[m.jonimusa@gmail.com](mailto:m.jonimusa@gmail.com), <sup>4</sup>[akhmosa@gmail.com](mailto:akhmosa@gmail.com), <sup>5</sup>[winahyuds@gmail.com](mailto:winahyuds@gmail.com)

### Article History

Received: 23-10-2022

Revised: 02-11-2022

Accepted: 14-11-2022

### Kata Kunci:

Potongan Harga (Diskon);  
Gratis Ongkir; Sistem COD;  
Minat Berbelanja

### ABSTRAK:

Di Indonesia jual beli online atau e-commerce mengalami perkembangan yang sangat besar dan sangat cepat. Salah satu e-commerce penyedia toko online terbesar di Indonesia adalah Shopee. Fitur kemudahan yang disediakan Shopee berupa potongan Potongan Harga (Diskon) Gratis Ongkir dan Sistem COD menjadi salah satu platform belanja online yang populer di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Potongan Harga atau Diskon, Gratis Ongkir dan Sistem COD Terhadap Minat Berbelanja Online di Aplikasi Shopee pada masyarakat TalangKawo Kelurahan Dusun Bangko secara parsial dan simultan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dan menggunakan 97 responden sebagai sampel. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada masyarakat dan juga diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara sebagai data tambahan, sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah IBM SPSS Statistics 26.

Hasil penelitian yang dilakukan secara parsial dengan variabel potongan harga atau diskon ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbelanja online di aplikasi Shopee ( $Y$ ). Variabel Gratis ongkir ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbelanja online di aplikasi Shopee ( $Y$ ). Variabel Sistem COD ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbelanja online di aplikasi Shopee ( $Y$ ). Hasil penelitian yang dilakukan secara simultan dengan

variabel potongan harga atau diskon ( $X_1$ ), gratis ongkir ( $X_2$ ) dan sitem COD ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap terhadap minat berbelanja online di aplikasi Shopee ( $Y$ ). Dalam hal ini dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antar variabel independen ( $X$ ) dan varibel dependen ( $Y$ ).

Dari hasil penelitian ini dapat diberikan rekomendasi kepada pihak Shopee agar memberikan perbedaan antara voucher gratis ongkir dan voucher potongan harga. Voucher gratis ongkir yang disediakan Shopee bukanlah voucher gratis ongkir yang sesungguhnya namun hanya berupa potongan harga, jika pun ada voucher gratis ongkir yang dimaksud tidak semua aplikasi Shopee konsumen dapat memperoleh voucher gratis ongkir ini dan masyarakat yang berbelanja online di Aplikasi Shopee hendaknya lebih memperhatikan dengan seksama produk sebelum melakukan pembelian. Hal ini diperlukan untuk menghindari penipuan, barang mubazir dan tidak terpakai.

#### ABSTRACT:

*In Indonesia, buying and selling online or e-commerce is experiencing a very large and very fast development. One of the largest e-commerce online store providers in Indonesia is Shopee. The convenience features provided by Shopee in the form of discounts, free shipping and the COD system are one of the most popular online shopping platforms in Indonesia. This study aims to determine the effect of Discounts, Free Shipping and COD System on Online Shopping Interest in the Shopee Application in the TalangKawo community, Dusun Bangko Village partially and simultaneously.*

*The research method used in this study is a quantitative method with a descriptive approach. Sampling was done by using purposive sampling technique and using 97 respondents as samples. The primary data used in this study was obtained by distributing questionnaires directly to the public and also obtained by using interview techniques as additional data, while the secondary data used in this study was IBM SPSS Statistics 26.*

*The results of research conducted partially with a discount or discount variable ( $X_1$ ) have a significant effect on online shopping interest in the Shopee application ( $Y$ ). The free shipping variable ( $X_2$ ) has no significant effect on online shopping interest in the Shopee application ( $Y$ ). The COD System Variable*

#### **Keywords:**

*Discounts (Discounts); Free Shipping; COD System; Shopping Interest*

*(X3) has no significant effect on online shopping interest in the Shopee application (Y). The results of research conducted simultaneously with the variable discount or discount (X1), free shipping (X2) and the COD system (X3) have a simultaneous effect on online shopping interest in the Shopee application (Y). In this case, it can be seen that there is a fairly strong relationship between the independent variable (X) and the dependent variable (Y).*

*From the results of this study, recommendations can be given to Shopee to provide the difference between free shipping vouchers and discount vouchers. The free shipping voucher provided by Shopee is not a real free shipping voucher but only in the form of a price discount, even if there is a free shipping voucher in question, not all Shopee applications consumers can get this free shipping voucher and people who shop online on the Shopee Application should pay more attention to it product before making a purchase. This is necessary to avoid fraud, redundant and unused items.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan jual beli online juga telah dirasakan oleh masyarakat Kabupaten Merangin terkhususnya masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko. Shopee merupakan marketplace e-commerce yang umum digunakan masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko hal ini didasarkan pada observasi dan wawancara terdahulu terhadap masyarakat yang berbelanja menggunakan marketplace e-commerce Shopee dan layanan perusahaan kurir dalam mengantarkan paket kepada konsumen di wilayah Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko. Perkembangan aplikasi Shopee secara tidak langsung telah merubah kebiasaan masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya secara praktis.

Masyarakat lebih memilih menggunakan aplikasi Shopee, hal ini didasarkan pada kebiasaan masyarakat dalam berbelanja kepasar sudah berkurang semenjak adanya marketplace e-commerce dan Shopee merupakan sebuah aplikasi marketplace pertama di Indonesia yang telah mendapatkan berbagai penghargaan sebagai aplikasi terbaik dalam menyediakan berbagai penawaran, kemudahan dan keuntungan yang diberikan kepada penggunaannya diseluruh Indonesia. Salah satu keuntungan berbelanja di Shopee adalah Shopee sering mengadakan promo, terdapat gratis ongkir, terdapat sistem COD, terdapat fitur chat antara penjual dan pembeli, flash sale yang menarik, harga produk relative murah dan terjangkau, memiliki banyak toko penjual, metode pembayaran beragam. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh pihak 3 atau katadata/databoks (katadata.co.id) pada tahun 2020 Shopee memperoleh pengunjung tertinggi dari e-commerce lainnya. Data survei yang diberikan oleh katadata merupakan data nasional yang dilakukan per kuartal dalam satu tahun, untuk data pengguna atau pengunjung Shopee perdaerah dilindungi oleh pihak Shopee dikarenakan data tersebut adalah sebuah privasi dan keamanan yang telah ditetapkan. Pada kuartal I dan II tahun 2020 pengunjung situs Shopee mencapai 93,4 juta pengunjung sedangkan pada kuartal III dan IV pengunjung situs Shopee mencapai 96,5 juta pengunjung dan 130 juta pengunjung.

Pada kuartal I tahun 2021 pengunjung situs Shopee mencapai 127,4 juta pengunjung, sedangkan pada kuartal II tahun 2021 pengunjung situs Shopee mencapai 127 juta pengunjung.

Berdasarkan data tersebut Shopee dapat dikatakan sebagai sebuah aplikasi belanja online yang memiliki banyak pengunjung dan sebuah aplikasi yang menyediakan beragam kemudahan, penawaran dan pelayanan sehingga dapat meningkatkan minat konsumen dalam berbelanja. Salah satu kemudahan yang disediakan aplikasi Shopee dalam menarik minat berbelanja online adalah yang berupa potongan harga (diskon), gratis ongkir dan sistem COD. Kemudahan ini merupakan sebuah inovasi promosi e-commerce yang ciptakan pertama kali oleh pihak Shopee yang mampu mempengaruhi minat berbelanja pembeli dan meyakinkan pembeli bahwasanya berbelanja online itu mudah dan aman. Gratis Ongkir ke Seluruh Indonesia berarti bahwa Shopee akan memberikan bebas biaya pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia dengan beberapa syarat dan ketentuan yang berlaku.

Dengan adanya bebas biaya pengiriman yang disediakan Shopee akan berpengaruh pada proses pengambilan keputusan konsumen. Pada umumnya konsumen ragu untuk berbelanja online dikarenakan biaya ongkos kirim yang mahal, bahkan terkadang harus bayar biaya kirim lebih besar dibandingkan harga barang yang dibeli. Dengan adanya *Sistem Cash On Delivery* (COD) pembeli tidak merasa khawatir karena barang akan diantar langsung pada pembeli dan pembayaran dilakukan setelah barang sampai. Potongan harga (diskon) yang diberikan Shopee mampu menarik minat membeli masyarakat dikarenakan dengan adanya diskon pembeli mendapatkan beberapa produk sekaligus dengan harga yang murah.

## **LANDASAN TEORI**

### **Marketplace**

Marketplace disebut dengan suatu platform yang menyediakan tempat serta fasilitas bagi para penjual untuk berkumpul. Kemudian menawarkan produk atau barang yang dijual dan bisa berupa jasa kepada para calon konsumen atau pelanggan. Proses ini dilakukan tanpa bertemu secara fisik, karena memang sudah memakai platform untuk jual-beli di marketplace.

Perusahaan yang bergerak di bidang marketplace merupakan penyedia platform, atau tempat bertemunya para penjual dan masyarakat yang membutuhkan barang atau jasa yakni konsumen. Adanya transaksi jual-beli di dalam marketplace, untuk kemudian perusahaan bisa mengambil keuntungan dari proses ini lewat komisi dari setiap penjualan.

Adanya konsep marketplace ini sejatinya sangat mirip dengan pasar konvensional atau tradisional, hanya saja pemilik marketplace tidak bertanggung jawab atas barang yang dijual oleh para penjual. Tugas marketplace hanya sebagai penyedia tempat bagi penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual-beli secara cepat tanpa harus bertemu langsung.

### **Diskon**

Diskon adalah potongan harga yang diberikan oleh penjual agar pembeli tertarik untuk membeli produk yang didiskon tersebut. Adapun diskon yang diberikan oleh penjual juga beragam macamnya mengikuti situasi yang sedang terjadi.

Diskon juga berarti pengurangan harga produk atau layanan dari harga biasa. Diskon akan dilakukan dengan pengurangan harga sebab penjual memotong diskon dari harga kotor atau total. Sehingga, pembeli seharusnya membayar dengan harga bersih yang sudah dipotong tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penyajian data dalam bentuk angka dan pengujian data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan menguji

hipotesis. masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko yang terdiri dari 2 Rukun Warga dan 9 Rukun Tetangga dengan jumlah penduduk 2.905 jiwa dan menggunakan 97 responden sebagai sampel. peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang berarti untuk menjadi sampel suatu anggota populasi haruslah memenuhi syarat atau kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Sampel yang akan diambil menggunakan teknik *sampling purposive*. Teknik *sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan cara observasi, dokumentasi, Wawancara, kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak normal. Untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik P-P Plot. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan Uji Kolmogorov-Smirnov dan Histogram.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai toleransi dan lawannya, dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Bila nilai Tolerance > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10, berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Statistik Deskriptif

Hasil penelitian yang dimasukkan merupakan hasil output SPSS, kemudian narasikan penjelasannya langsung pada hasilnya

### Hasil regresi linear berganda

Analisis regresi digunakan untuk tujuan peramalan, dimana dalam model tersebut ada sebuah variabel dependen (bergantung) dan variabel independen (bebas). Model regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menyatakan hubungan fungsional antara variabel bebas dan variabel terikat. Analisis regresi berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS IBM SPSS Statistics 26.

**Tabel 4.17 Hasil Regresi Berganda****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.881	2.229		6.227	.000
	Potongan Harga	.332	.064	.483	5.190	.000
	Gratis Ongkir	.028	.104	.028	.268	.789
	Sistem COD	.109	.104	.107	1.046	.298

a. Dependent Variable: Minat Berbelanja

Sumber: IBM SPSS Statistics

Berdasarkan table diatas dapat diketahui persamaa regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

$$Y = 13.881 + 0.332 + 0.028 + 0.109 + e$$

Pada persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Koefesien Konstanta ( $\beta$ )

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 13.881, artinya jika variabel independen potongan harga (X1) gratis ongkir (X2) dan sistem COD (X3) bernilai nol, maka minat berbelanja online yang terjadi adalah sebesar 13.881.

b) Koefesien Regresi Potongan Harga atau Diskon (X1)

Nilai koefesien regresi variabel potongan harga atau diskon sebesar 0.332, artinya pada variabel potongan harga atau diskon terdapat hubungan positif dengan nilai minat berbelanja online. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya potongan harga atau diskon menyebabkan kenaikan minat berbelanja online sebesar 0.332

c) Koefesien Regresi Gratis Ongkir (X2)

Nilai koefesien regresi gratis ongkir sebesar 0.028, artinya pada variabel gratis ongkir terdapat hubungan positif dengan nilai minat berbelanja online. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya gratis ongkir menyebabkan kenaikan minat berbelanja online sebesar sebesar 0.028.

d) Koefesien Regresi Sistem COD (X3)

Nilai koefesien regresi sistem COD sebesar 0.109, artinya pada variabel sistem COD terdapat hubungan positif dengan nilai minat berbelanja online. Hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya sistem COD menyebabkan kenaikan minat berbelanja online sebesar sebesar 0.109

### Uji parsial (T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel secara individual (parsial) variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji T dapat dikemukakan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.18 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.881	2.229		6.227	.000
	Potongan Harga	.332	.064	.483	5.190	.000
	Gratis Ongkir	.028	.104	.028	.268	.789
	Sistem COD	.109	.104	.107	1.046	.298

a. Dependent Variable: Minat Berbelanja

Sumber : IBM SPSS Statistics 26

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variable independen, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Dari hasil perhitungan data tabel diatas, diketahui  $t_{hitung}$  dari variable potongan harga atau diskon adalah sebesar 5.190, sedangkan  $t_{table}$  dengan signifikan 0.05 adalah 1.986 dengan nilai signifikanasi lebih besar dari 0.05 (0.000). Kriteria pengujian t hitung adalah  $t_{hitung} > t_{table}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{a1}$  diterima atau variabel potongan harga ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berbelanja (Y).
- Dari hasil perhitungan data tabel diatas, diketahui  $t_{hitung}$  dari variable gratis ongkir adalah sebesar 0.268, sedangkan  $t_{table}$  dengan signifikan 0,05 adalah 1,986 dengan nilai signifikanasi lebih besar dari 0,05 (0.789) Kriteria pengujian t hitung adalah  $t_{hitung} > t_{table}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  diterima atau variabel gratis ongkir ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berbelanja (Y).
- Dari hasil perhitungan data tabel diatas, diketahui  $t_{hitung}$  dari variable system COD adalah sebesar 1.046, sedangkan  $t_{table}$  dengan signifikan 0,05 adalah 1,986 dengan nilai signifikanasi lebih besar dari 0,05 (0.298). Kriteria pengujian t hitung adalah  $t_{hitung} > t_{table}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  diterima atau variabel system COD ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berbelanja (Y).

**Uji simultan (F)**

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent dan variabel dependen berpengaruh secara keseluruhan atau tidak. Hasil perhitungan uji F dapat dikemukakan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.19 Signifikansi Uji Simultan (F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	101.795	3	33.932	12.257	.000 <sup>b</sup>
	Residual	257.463	93	2.768		
	Total	359.258	96			

a. Dependent Variable: Minat Berbelanja

b. Predictors: (Constant), Sistem COD, Potongan Harga, Gratis Ongkir

Dari hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 12.257 dan nilai  $F_{tabel}$  2.700 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0.000). Kriteria pengujian  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima atau variabel potongan harga ( $X_1$ ), gratis ongkir ( $X_2$ ) dan sistem COD ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel minat berbelanja ( $Y$ ).

**Koefisien Determinisasi (R Square)**

**Tabel 4.20 Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.532 <sup>a</sup>	.283	.260		1.664

a. Predictors: (Constant), Sistem COD, Potongan Harga, Gratis Ongkir

b. Dependent Variable: Minat Berbelanja

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0.532, dimana nilai koefisien korelasi menunjukkan hubungan antara variabel potongan harga atau diskon ( $X_1$ ), gratis ongkir ( $X_2$ ) dan sistem COD ( $X_3$ ) terhadap variabel minat berbelanja online di aplikasi Shopee ( $Y$ ) cukup erat. Jika nilai R semakin mendekati 1 maka akan semakin baik pada model yang digunakan. Nilai *Adjusted Square* atau nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel potongan harga atau diskon ( $X_1$ ), gratis ongkir ( $X_2$ ) dan sistem COD ( $X_3$ ) dapat menjelaskan terhadap variabel minat berbelanja online di aplikasi Shopee sebesar 20,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh hal lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Contoh penulisan tabel:

**Tabel 2 Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.393 <sup>a</sup>	.154	.048	29.45356

a. Predictors: (Constant), Sistem COD, Potongan Harga, Gratis Ongkir

b. Dependent Variable: Minat Berbelanja

Sumber: hasil *output SPSS for windows* versi 20

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir dan Sistem COD Terhadap Minat Berbelanja Online di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko) melalui penyebaran kuesioner dan Wawancara kepada masyarakat, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Variabel potongan harga (diskon) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbelanja online di aplikasi Shopee pada masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko. Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko yang menggunakan aplikasi Shopee dengan beberapa kriteria dan ketentuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan pada tabel 4.4 dan 4.6, diketahui bahwa responden dengan tingkat Pendidikan SMA sederajat paling banyak melakukan pembelian di aplikasi Shopee dengan kategori pembelian selalu, hal ini dikarenakan responden memiliki daya tarik yang tinggi terhadap potongan harga (diskon) yang diberikan oleh pihak Shopee untuk memperoleh barang yang diinginkan dengan harga yang lebih murah. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Ha1 diterima dan H01 ditolak.
2. Variabel Gratis Ongkir tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbelanja online di aplikasi Shopee pada masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko. Hal ini dikarenakan variabel gratis ongkir tidak sepenuhnya dapat mempengaruhi minat berbelanja pada aplikasi Shopee. Berdasarkan tabel distribusi jawaban dari kuesioner dan wawancara yang dilakukan dapat diketahui bahwasanya sebagian responden tidak terpengaruh oleh ada atau tidaknya variabel gratis ongkir, tanpa adanya variabel gratis ongkir responden akan tetap melakukan pembelian. Variabel gratis ongkir akan berpengaruh jika digabungkan dengan variabel potongan harga dan system COD. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Ha2 ditolak dan H02 diterima.
3. Variabel sistem COD (cash on delivery) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berbelanja online di aplikasi Shopee pada masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko. Hal ini dikarenakan yaitu tidak semua toko menyediakan sistem pembayaran menggunakan COD dan jasa pengiriman barang dengan system COD tidak dapat disesuaikan dengan keinginan konsumen. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Ha3 ditolak dan H03 diterima.
4. Variabel potongan harga (diskon), gratis ongkir dan system COD berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat berbelanja online di aplikasi Shopee pada masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko. Jika variabel potongan harga (diskon), gratis ongkir dan system COD digabungkan maka minat berbelanja online di aplikasi Shopee pada masyarakat Talang Kawo Kelurahan Dusun Bangko mengalami kenaikan dalam melakukan pembelian. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Ha4 diterima dan H04 ditolak.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya, Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019.
- [2] Abdullah, Al-Mushlih dan Shalah ash-Shawi. 2004. *Fiqih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta: Darul Haq.
- [3] Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.

- [4] Ajuna, L. H. (2019). Masalah Mursalah Implementasinya Pada Transaksi Ekonomi. *Asy Syar'iyah: Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Perbankan Islam*, 4(2), 170-192.
- [5] Ajuna, L. H. (2019). Penerapan Akad Pembiayaan Syariah Dan Regulasinya Di Indonesia. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 7(1), 112-130.
- [6] Andi. 2010. *Rahasia Sukses Menjual Produk Lewat WordPress e-Commerce*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [7] Ardin, Wulan Nabila. 2020. *Pengaruh Flash Sale Dan Tagline "Gratis Ongkir" Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Secara Online*. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan.
- [8] Arkani, A., & Muhibbuddin, M. (2021). The Effect of Service Quality and Results on Customer Satisfaction Mudharabah Savings in PT. Bank Syariah Mandiri Gorontalo Branch Office, Indonesia. *Talaa: Journal of Islamic Finance*, 1(1), 17-25.
- [9] Asqalani, Ibnu Hajar Al. 1995. *Kumpulan hadist-hadist Hukum Islam Buluqhuul Maram*. Jakarta: Pustaka Amani.
- [10] Djuwaini, Dimyauddin. 2010. *Pengantar Fiqh Muamalah*, cet 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [11] Dropship, Reseller. *Pengertian Cash On Delivery/COD*. [www.resellerdropship.com](http://www.resellerdropship.com), diakses 11 April 2021.
- [12] Dwiloka, Bambang dan Riana Rati. 2005. *Teknik Menulis Karya Ilmiah*. Semarang: PT Asdi Mahasatya.
- [13] Fathoi, Abdurahmat. 2011. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [14] Fitri, Devi. *Pengertian Free Ongkir Lengkap*. modalbisnis.id, diakses 10 April 2021.
- [15] Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- [16] Hasan dan M. Ali. 2003. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [17] Helpcenter, Shopee Id. *Bagaimana Cara Mendapatkan Voucher Gratis Ongkir Shopee*. help.shopee.co.id, diakses 10 April 2021.
- [18] Iskandar. 2008. *Metodologi Pendidikan dan Sosial (kuantitatif dan kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- [19] Kharima, Miftakhul. 2020. "Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik Dengan Fitur Serba 10 Ribu di Aplikasi Shopee Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah". IAIN Metro.
- [20] Khuzaimah, Nur. 2019. *Jual Beli Online dengan Dropshipping perspektif fiqh muamalah*. IAIN Metro.
- [21] Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Pasal 20 Ayat (34)
- [22] Maragi, Ahmad Mustafa Al. 1993. *Terjemah Tafsir Al Maragi*. Semarang: Cet. Kedua, CV. Toha Putra.
- [23] Margaretha, Fitri. 2017. "Analisi Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeilics Di Kota Samarinda." E-Journal Ilmu Komunikasi Volume 5, no. Nomer 4.

- [24] Mustafa, Imam. 2012. “*Transaksi Elektronik (E-Commerce) dalam Perspektif* “. Jurnal Hukum Islam, Pekalongan: STAIN Pekalongan, Vol 10, No.2.
- [25] Nazir, Mohammad.2017. *Metode Penelitian*. Cet 11. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [26] Pasaribu, Chairuman dan Suhrawadi K. Lubis. 2004. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, cet. 4. Jakarta: Sinar Grafika.
- [27] Permana, Hadi and Tjahjono Djatmiko. 2015. “*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopiee Di Bandung*”. Artikel Jurnal Komunikasi dan Bisnis, Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.
- [28] Pradja, Juhaja. 2012. *Ekonomi Syariah*, cet. 2. Bandung : Pustaka Setia.
- [29] Putra, Endhar Wijaya, Srikandi Kumadji dan Edy Yulianto. 2016. “*Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian,*” Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya.
- [30] Putra, Muhammad Deni. 2019. “*Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam.*” IAIN Batu Sangkar.
- [31] Putri, Egha Eldya. 2020. “*Pengaruh Perilaku Konsumen Muslim Dalam Belanja Fashion di Online Shop Stud Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syari’ah STAI SMQ Bangko Tahun 2016-2018,*” STAI SMQ Bangko.
- [32] Rozalinda. 2016. *Fiqih Ekonomi Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- [33] Santoso, Imam. *Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data*, Oldata.blogspot.com, diakses 05 April 2021.
- [34] Santoso, Singgih. *SPSS. Mengolah Data Statistik Secara Profesional*.
- [35] Saprida. 2016. “*Akad Salam Dalam Transaksi Jual Beli.*” Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang.
- [36] Sekolah Tinggi Agama Islam Syekh Maulana Qori Bangko. 2020. *Panduan Penulisan Proposal dan Skripsi*. Bangko. STAI SMQ Bangko.
- [37] Shobirin. 2015. “*Jual Beli Dalam Pandangan Islam,*” Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam.
- [38] Shopee, Seller. Diskon, <https://seller.shopee.co.id/edu/article/109>, diakses 10 April 2021.
- [39] Sobana, D. H., & Anjani, M. S. (2021). The Effect of Interest in becoming a Sharia Bank Customer to Students of FEBI Universitas Suryakencana, Indonesia. *Talaa: Journal of Islamic Finance*, 1(2), 104-120
- [40] Sofie, Yusuf. 2002. “*Pelaku Usaha Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi.*” Jakarta: Galia Ilmu.
- [41] Subagyo, Joko. 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta:Rineka Cipta.
- [42] Subana, M. dan Sudrajat. 2005 *Dasar-dasar penelitian ilmiah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [43] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [44] Sunarto, Andi. 2009 “*Seluk Beluk E-Commerce*”. Yogyakarta: Gaya Ilmu.
- [45] Surahmad, Winarno. 2014. *Pengantar Penelitian Dasat Metode Teknik*. Bandung: Tarsito.

- [46] Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- [47] Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2008 Tentang Perlindungan Konsumen.
- [48] Utami, Fajria Anindya. *Apa itu Diskon*. <https://www.wartaekonomi.co.id/read315291/apa-itu-diskon>, diakses 11 April 2021.
- [49] Veronika. 2016. “*Pengaruh Iklan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi*.” Univerisitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- [50] Vitria, Tira Nur. 2017. “*Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam Dan Hukum Negara*”. Dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Surakarta: STIE-ASS, Vol.03 No.1.