

KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM TRANSAKSI ONLINE SHOP PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Jurusan Ekonomi Syariah STAIS Dharma Indramayu Pengguna Aplikasi Shopee)

Nuni Oktaviani¹, Hanof Hidayati²

^{1,2}IAI Pangeran Dharma Kusuma Indramayu, Indonesia
nunidosen@gmail.com¹, hanofhidayati@gmail.com²

DOI : 10.55656/ksij.v7i2.209

Submitted: (2024-06-25) | Revised: (2025-05-19) | Approved: (2025-06-01)

Abstract

The problem discussed in this thesis is how consumer trust and satisfaction in online shop transactions among students majoring in Sharia Economics use the Shopee application. This can be seen from the fact that there are several students who are dissatisfied with online shop transactions in the Shopee application. The aim of this research is to determine and explain consumer trust and satisfaction in online shop transactions. The type of research that the author uses is descriptive qualitative research, namely by conducting direct interviews and online interviews with students of the Sharia Economics Department who are the primary data sources using tools, namely interview guides, cameras, while secondary data sources are obtained from documentation obtained from the results. study. The technique for analyzing data is qualitative descriptive analysis using data reduction, data presentation and drawing conclusions or verification. To ensure the validity of the data, triangulation is used. Based on the research results, it shows that consumer trust in online shop transactions with the Shopee application shows that by increasing trust in the form of assessments/testimonials from consumers and consumers who follow the Shopee online shop account, the use of the online buying and selling transaction system can increase. There are several students majoring in Sharia Economics who feel dissatisfied with the services provided by one of the online shop shops, namely in the form of slow response sellers when consumers want to make transactions and unclear information is not included in the description of one of the online shops. the shop. However, not all online shops on the Shopee application provide unsatisfactory services, there are those that provide services by increasing convenience in providing price discounts for goods/products, free shipping and goods/products that meet expectations, which makes consumers satisfied. So this causes the Shopee application to have a good reputation and creates consumer satisfaction to use it sustainably.

Keywords: Consumer Trust, In Online Transactions

Abstrak

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam transaksi online shop pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah pengguna aplikasi Shopee. Hal ini dilihat dari terjadinya ada beberapa mahasiswa yang kurang puas dalam transaksi online shop aplikasi Shopee. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam transaksi online shop. Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, yaitu dengan melakukan wawancara langsung dan wawancara online dengan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang menjadi sumber data primer dengan menggunakan alat bantu yaitu pedoman wawancara, kamera sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari dokumentasi yang didapat dari hasil penelitian. Teknik untuk menganalisis data yaitu analisis deskriptif

kualitatif dengan menggunakan reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan atau verifikasi. Untuk menjamin keabsahan data menggunakan triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen dalam transaksi online shop aplikasi Shopee ini ditunjukkan bahwa dengan adanya peningkatan kepercayaan berupa penilaian/testimoni dari konsumen dan konsumen yang mengikuti akun toko online shopee maka dapat meningkatkan penggunaan sistem transaksi jual beli online. Kepuasan konsumen dalam transaksi online shop aplikasi Shopee ini ada beberapa mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah merasa ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh salah satu toko online shop yaitu berupa penjual slow respon saat konsumen ingin bertransaksi dan informasi yang kurang jelas tidak dicantumkan di deskripsi pada salah satu toko online shop tersebut. Tetapi tidak semua toko online shop di aplikasi Shopee memberikan layanan yang tidak memuaskan, ada yang memberikan layanan dengan cara meningkatkan kemudahan dalam memberikan diskon harga barang/produk, free ongkir dan barang/produk yang sesuai dengan ekspektasi maka itu menyebabkan konsumen puas. Sehingga hal ini menyebabkan aplikasi Shopee ini menjadi reputasi yang baik dan terciptanya kepuasan konsumen untuk menggunakannya secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Kepercayaan Konsumen, Dalam transaksi Online

Pendahuluan

Kemajuan teknologi yang berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunaannya. Masyarakat dituntut untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Kegiatan perniagaan atau jual beli dilakukan dengan bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli dari suatu tempat seperti pasar. Namun saat ini, kegiatan jual beli sudah bisa dilakukan dengan cara lebih mudah, bisa dilakukan dimana dan kapanpun dengan menggunakan sistem online dari smartphone yang sudah terkoneksi dengan internet.

Perubahan zaman yang semakin modern seperti saat ini dengan langsung maupun tidak langsung, telah memberikan kemudahan bagi manusia di berbagai bidang, salah satunya yaitu dalam bidang perdagangan atau jual beli dalam menjalankan keberlangsungan kehidupannya, manusia tidak akan pernah lepas dari kegiatan jual beli dengan bantuan teknologi yang semakin baik, seluruh kemudahan bagi kegiatan manusia dapat di realisasikan atau diwujudkan. Transaksi jual beli yang sudah melekat di kalangan masyarakat dari dulu hingga kini merupakan sesuatu yang prioritas untuk bisa dilakukan dengan mudah lewat via internet. Meskipun hanya sebagian saja yang suka bertransaksi dengan cara ini bahkan mungkin ada yang belum mengetahui caranya, tapi kebanyakan orang khususnya orang-orang di perusahaan lebih banyak memilih untuk berinteraksi online karena dianggap lebih cepat, mudah, praktis, dan juga terjamin.

Teknologi adalah sebuah perangkat untuk membantu aktivitas kehidupan manusia dan dapat mengurangi ketidakpastian yang di timbulkan oleh hubungan sebab akibat yang melingkupi dalam mencapai suatu tujuan. Teknologi menghubungkan manusia dengan kemudahan dalam mencapai berbagai hal yang tidak diketahui sebelumnya, melalui majunya perkembangan teknologi komunikasi, sebuah media penghubung yang dinamakan

internetpun mulai tercipta dan mulai menyebar luas sebagai salah satu media komunikasi dan media informasi (Neogroho, 2010: 2).

Internet menawarkan berbagai fasilitas bagi penggunanya, salah satunya yaitu fasilitas sebagai tempat jual beli. Tempat ini dapat digunakan sebagai untuk berbisnis, bagi pebisnis online internet merupakan tempat untuk mencari keuntungan. Hal ini dapat dicapai tentunya dengan mengoptimalkan penggunaan internet hal yang ada. Mengoptimalkan penggunaan internet, pada masa sekarang ini mulai dikenal dengan banyaknya bisnis yang memanfaatkan internet sebagai medianya, yang dikenal dengan istilah jual beli (bisnis) online.

Transaksi online shop adalah suatu kegiatan dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi atau transaksi secara langsung. Kemudian yang digunakan oleh penjual dan pembeli untuk berkomunikasi secara online seperti melalui chat dalam handphone, komputer, telepon, SMS, dan sebagainya. Dalam transaksi jual beli online, penjual dan pembeli membutuhkan pihak ketiga untuk melakukan penyerahan barang yang dilakukan oleh pedagang dan penyerahan uang yang dilakukan oleh pembeli. Seperti jual beli diatas, kita juga bisa melakukan kegiatan jual beli online melalui suatu forum atau situs jual beli online yang sudah menyediakan banyak barang untuk diperjualbelikan. Tidak hanya itu, untuk memperlancar dan mengamankan transaksi, ada baiknya bila kita menggunakan jasa pihak ketiga untuk menyimpan uang kita secara aman. Transaksi yang berlangsung jujur dan adil amatlah ditekankan dalam jual beli secara sukarela antara kedua belah pihak disini bertujuan agar tidak ada salah satu pihak yang merasa didzalimi (Safira 2020).

Online shop tidak mengenal ruang dan waktu, karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, bahkan selama 24 jam. Oleh karena itu bisa dikatakan bahwa online shop seperti tidak ada matinya, dengan pangsa pasar yang luas ditambah lagi dengan berbagai kemudahan yang bisa didapatkan maka bisnis ini menjadi hal yang tentu sangat menggiurkan untuk dilakukan. Meskipun banyak kemudahan yang didapat baik oleh penjual maupun pembeli dengan bertransaksi online, akan tetapi ada hal yang mendasar melekat dibenak konsumen yaitu tingkat kepercayaannya dalam berbelanja online shop tersebut. Banyak konsumen yang mempertanyakan tentang sistem keamanan, kontrol pribadi individu, integritas dan kemampuan e-commerce. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya transaksi melalui e-commerce, faktor kepercayaan menjadi faktor kunci. Hanya konsumen yang memiliki kepercayaan yang akan berani melakukan transaksi melalui media internet. Tanpa ada kepercayaan dari konsumen, mustahil transaksi e-commerce akan terjadi. Membangun kepercayaan menjadi hal yang harus dilakukan oleh penjual. Jadi tanpa kepercayaan dari konsumen, sulit bisnis ini berlangsung.

Kepercayaan merupakan suatu pondasi dalam sebuah proses bisnis. Suatu transaksi antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila kedua belah pihak saling mempercayai. Kepercayaan dalam sebuah bisnis tidak dapat muncul secara instan, melainkan harus dibangun sejak awal sebuah bisnis berdiri (Anwar & Adidarma, 2016). Kepercayaan konsumen akan bertambah saat berbelanja online ketika reseller/dropshipper menyediakan

beberapa yang dapat menunjang proses transaksi. Tentunya konsumen lebih memilih online shop yang dapat dipercaya, dibanding dengan online shop yang belum dikenalnya.

Konsumen hanya akan bertransaksi jika mereka percaya bahwa online shop akan menjamin bahwa barang yang akan dipesannya sesuai dengan yang diinginkan dan barang yang dipesan datang tepat waktu. Kepercayaan konsumen dalam menggunakan teknologi informasi dalam melakukan suatu transaksi merupakan langkah awal dari seseorang untuk menciptakan minat melalui kemudahan yang akan diperoleh seseorang untuk melakukan suatu transaksi yang akan dilakukan. Berbagai upaya tempat berbelanja online shop untuk memberikan kepercayaan tersebut terkait secara langsung dengan upaya untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dengan hasil produk tersebut, membandingkan harapan konsumen dengan produk yang ditawarkan. Kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen. Kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai (Marindi & Nurwidawati, 2015).

Tingkat kepuasan yang dimiliki para pengguna fasilitas internet dalam melakukan transaksi melalui online shop. Konsumen yang membeli melalui internet dihadapkan pada permasalahan yang membeli sendiri tidak bisa mengontrol secara pasti pemenuhan harapannya ketika membeli sesuatu melalui internet karena tidak bisa melihat secara langsung barang yang akan dibelinya maupun bertemu langsung penjual yang menawarkan produknya. Sementara konsep kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam transaksi online shop ini menimbulkan fenomena atau permasalahan dimana penjual tidak memiliki secara langsung barang yang akan diperjualbelikan, penjual hanya bermodalkan foto dan keterangan barang yang akan dijual dari produsen/supplier/toko pembuat barang tersebut tanpa harus menyetok barang dan tanpa melihat wujud asli barang yang akan diperjualbelikan, hal ini bukan tidak mungkin akan menimbulkan ketidakpastian terhadap barang yang akan dijual penjual, apakah barang tersebut sesuai dengan dengan ketentuan yang disebutkan oleh penjual kepada pembeli baik ukuran, bentuk, gaya dan lain sebagainya, karena penjual sendiripun belum melihat wujud asli barang yang akan dijualnya tersebut.

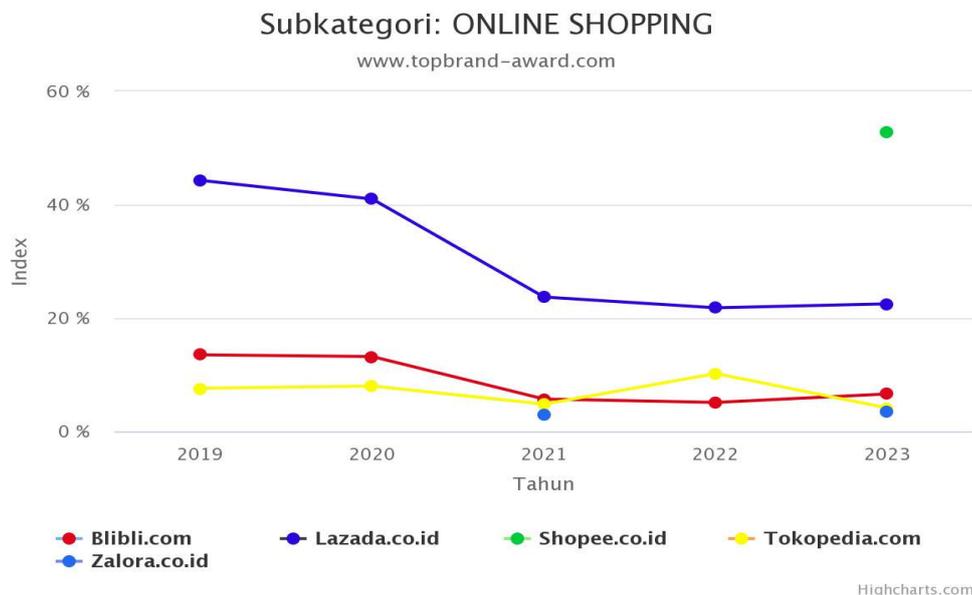
Selain itu, penjual juga tidak melakukan pengiriman barang sendiri, karena supplierlah yang akan mengirimkan barang langsung kepada konsumen. Namun yang menarik, nama pengirim yang tercantum tetaplah nama penjual (dropshipper). Dalam sistem ini konsumen tidak mengetahui bahwa yang mengirimkan barang sebenarnya bukanlah si penjual (dropshipper) melainkan supplier dari barang tersebut. Dari situasi diatas, terlihat bahwa tidak ada unsur kejujuran atau keterbukaan (transparan) yang dilakukan terhadap penjual kepada pembeli, jelas hal ini bertentangan dengan prinsip atau nilai dasar berbisnis (jual beli) dalam ekonomi Islam bahwa dalam jual beli harus diterapkan prinsip kejujuran dan keterbukaan (transparan) antara penjual dan pembeli (Utami, 2018).

Sekarang ini banyak orang yang menggunakan sistem jual beli ini sebagai pekerjaan sampingan, karena proses dan cara kerjanya yang tidak merepotkan dan tidak memerlukan modal yang besar. Sehingga kebanyakan pelaku online shop ialah anak muda atau seorang mahasiswa yang memanfaatkan sistem ini untuk sumber tambahan atau pemasukan bagi mereka. Dikarenakan tidak harus memiliki modal besar dan bisa dikerjakan sebagai

pekerjaan sampingan, banyak Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah STAIS DHARMA Indramayu yang melakukan transaksi online shop dengan menggunakan aplikasi shopee ini. Tidak hanya itu, adanya beberapa situs yang menyediakan jual beli online ini juga turut mempermudah atau memperluas para penjual untuk melakukan kegiatan jual beli online shop dengan menggunakan aplikasi shopee.

Shopee adalah marketplace online untuk jual beli di online dengan mudah dan praktis. Shopee menawarkan menawarkan berbagai macam produk mulai dari makanan, fashion, alat elektronik sampai dengan kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi mobile dan website untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan belanja online baik melalui smartphome maupun melalui perangkat komputer (Zakiyah, 2020).

Aplikasi shopee sendiri pada tahun ini mampu menguasai pangsa pasar di buktikan dengan mendapatkan penghargaan top brand pada tahun 2023 kategori e-commerce 1 di Indonesia.



Sumber : www.topbrand-award.com

Gambar 1.1

Top Brand Online Shopping

Kepercayaan konsumen dalam bertransaksi online shop dapat dilihat pada aspek mudah dan praktis ini adalah keadaan di mana konsumen mendapat akses yang cepat dalam berbelanja. Melalui kondisi ini konsumen bisa memperoleh banyak barang secara cepat dan tepat. Ketika konsumen sudah mendapat barang dengan sangat cepat, disitulah kepercayaannya meningkat. Dengan berbelanja melalui internet, tentu konsumen tidak kerepotan pada saat membeli barang dalam jumlah yang banyak, karena konsumen hanya tinggal menunggu di rumah. Yang hanya perlu konsumen lakukan hanya memilih barang, membayar dan kemudian barang akan diantarkan ke tempat tujuan. Nilai praktis dan mudah dalam salah satu situs, dengan detail informasi mengenai produk, baik barang atau jasa,

sangat berpengaruh terhadap tinggi-rendahnya kepercayaan konsumen, sebab jika situs sulit untuk dinavigasikan dan terdapat konten yang kurang relevan, maka pengguna akan mudah untuk pindah ke situs lain. Selain itu ada juga aspek ekonomis atau efisien yang berhubungan dengan harga barang, biaya dan waktu pengiriman, dan hal-hal lain mengenai transaksi dan sisi ekonomis dari online shop.

Saat ini, tren berbelanja online shop terus mengalami pertumbuhan pesat. Belum lagi, situasi pandemi yang sedang berlangsung, maka berbagai bisnis online shop mulai menunjukkan kualitasnya. Transaksi online shop yang disukai mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah dan bahkan sudah menjadi pilihan alternatif bagi kebanyakan orang saat ini, pada dasarnya disebabkan karena wabah pandemi Covid-19 belum surut, lalu ditaatinya himbuan untuk stay at home. Kemudahan yang sangat praktis itu menjadikan banyak mahasiswa cenderung memilih berbelanja online shop dari pada di toko atau market biasa. Jika dilihat dari segi waktu, transaksi online shop memang sangat efisien. Waktu semakin singkat, dan kita tidak mengalami kerepotan dalam segala urusan. Selain itu, secara ekonomis lebih menguntungkan karena barang yang dibeli juga sesuai dengan keinginan konsumen. Belum lagi, adanya testimoni dari konsumen lain, juga turut mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen.

Testimoni itu terbukti sangat efektif meningkatkan interaksi dengan konsumen bahkan konversi penjualan karena umumnya pembeli akan percaya dengan tempat untuk berbelanja online shop yang sudah dikunjungi banyak konsumen dan memberi kesan positif. Ulasan positif itu disampaikan dalam bentuk testimoni. Apalagi konsumen online shop zaman sekarang cenderung mencari review atau testimoni dari konsumen lain terlebih dahulu sebelum membeli. Dalam praktek jual beli melalui media elektronik seperti beberapa aplikasi jual beli yang banyak digunakan masyarakat selama ini ditemukan beberapa kasus penipuan yang dilakukan penjual sehingga menimbulkan kerugian bagi pembeli.

Sebagai contoh kasus yang dialami oleh salah satu pelanggan situs belanja Shopee dimana barang pesanan tidak kunjung diterima sesuai dengan alamat yang sudah dicantumkan pada aplikasi. Kemudian konsumen meminta untuk dikembalikan dananya, namun pengembalian dana tidak juga dilakukan. Dalam kasus ini, pembeli mengalami kerugian akibat pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atas kewajibannya. Oleh sebab itu, proses transaksi melalui media online membutuhkan kejelasan dan peraturan terutama yang sesuai dengan kriteria jual beli dalam ekonomi Islam sehingga menimbulkan ikatan bagi kedua belah pihak yang bertransaksi, agar pembeli merasa aman dan memperoleh jaminan terhindar dari berbagai penipuan. Beberapa permasalahan yang sering kali muncul saat transaksi online shop menyebabkan konsumen ketidakpuasan dalam membeli suatu produk/barang seperti kualitas barang yang dijual. Hal ini dikarenakan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Penjual hanya melihat tampilan gambar dari barang yang akan dijual.

Permasalahan kedua adalah potensi penipuan yang sangat tinggi, dimana ketika pembeli sudah melakukan pembayaran namun barang tidak kunjung diantar kepada pembeli. Permasalahan ketiga, tidak ada jaminan keamanan bertransaksi serta penjelasan terhadap resiko yang berkenaan dengan sistem yang digunakan oleh pembeli. Berdasarkan

survei yang peneliti lakukan dari wawancara kepada salah satu mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah pembeli online shop yang menggunakan aplikasi Shopee adalah bernama Novi dina nasikha bahwa ia sudah percaya dengan online shop Shopee dibuktikan dengan ia menggunakan aplikasi Shopee \pm 2 tahun lamanya. Selain itu hal yang membuat ia yakin dan percaya dengan aplikasi Shopee adalah dengan melakukan transaksi yang berorientasi terhadap konsumen seperti Cash on Delivery (COD).

Hal tersebut karena melalui online shop bisa mempermudah kita dalam membeli barang tanpa harus pergi ke tokonya langsung, untuk harga lebih murah dibandingkan harga barang dipasar dan ditoko. Bagi para pengguna layanan Shopee khususnya bagi pada saat wawancara novi dina nahaikha menyatakan bahwa di aplikasi Shopee ini tidak semua penjual atau toko memberikan barang atau produk yang original (asli), seperti halnya kejadian yang dialami oleh novi bahwa pernah mengalami hal yang tidak menyenangkan saat melakukan transaksi dan menerima hasil pesanan yang ia buat. Ia mengaku bahwasannya produk skincare merk "X" yang ia pesan di aplikasi Shopee ini telah di survei saat awal membeli dengan pertimbangan ulasan dari toko penjual produk skincare "X" mendapatkan rating yang lumayan tinggi yaitu sebesar 4,7 dari 5 dan jumlah pembeli setiap bulannya mencapai \pm 100. Jadi novi tanpa berfikir panjangpun ia langsung membuat pesanan di aplikasi Shopee, setelah melakukan transaksi di layanan tersebut.

Pada saatnya tiba, Ia pun menerima pesanan yang telah ia buat dengan besar harapan ia menerima produk kosmetik tersebut sesuai dengan ekspektasinya. Dengan ragu novi mencoba untuk melakukan pengecekan pada produk skincare merk "X" tersebut dengan aplikasi Barcode Scanner ternyata produk skincare tersebut tidak terdaftar di Google sehingga novi merasa sangat kecewa bahwa ekspektasinya tidak sesuai dengan kenyataan. Bahkan Novi berusaha untuk mencoba menggunakan produk skincare merk "X" tersebut dan malah membuat berefek tidak baik bagi wajah novi sehingga novi berkesimpulan bahwa ia tidak akan lagi membeli produk kosmetik di toko tersebut.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada saudari musngifah bahwa layanan Shopee tidak selalu memberikan yang terbaik dibuktikan dengan adanya pesanan yang dibuat oleh musngifah tidak sesuai dengan kenyataan yang diterima. Seperti saat musngifah membuat pesanan berupa produk pakaian dimana saat melihat produk tersebut di aplikasi begitu menarik dan memikat konsumen untuk membelinya sehingga musngifah merasa semangat untuk memesannya. Ketika barang tersebut datang musngifah merasa kecewa karena barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan (novi, observasi & wawancara 23 juni 2023).

Metode Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu satu jenis penelitian yang menggambarkan kejadian, fenomena yang terjadi di lapangan sebagaimana adanya sesuai dengan kenyataan yang ada. Dimana penulis melakukan penelitian ada mahasiswa semester 8 jurusan ekonomi STAIS DHARMA segeran kidul kabupaten Indramayu tentang dampak kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam

transaksi online shop (studi pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah Stais Dharma Indramayu pengguna aplikasi Shopee).

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan konsumen yang bertransaksi online shop di aplikasi Shopee maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

Kepercayaan Konsumen dalam Transaksi Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee.

Mahasiswa bagian dari masyarakat yang tidak terlepas dari teknologi informasi dan komunikasi terlihat dari sering mengupdate berbagai informasi di Internet dan media sosial seperti facebook, instagram, shopee, whatsapp, line, twitter, dan media sosial lainnya. Online shop adalah salah satu inovasi terbaru dalam pembelanjaan yang memiliki sistem transaksi yang berbeda dari toko dipasar. Aktifitas penjualan dan pembelian dilakukan secara online. Keberadaannya memberikan keuntungan bagi mahasiswa karena kemudahan dan manfaat yang dirasakan saat berbelanja di online shop.

Kepercayaan konsumen merupakan sebuah kepercayaan dari pihak pembelian suatu produk terhadap pihak penjual atau sebaliknya dalam melakukan transaksi jual beli berdasarkan suatu keyakinan bahwa seseorang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan oleh konsumen (Sugara, 2017).

Nama Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah
yang Bertransaksi Online Shop

NO.	NAMA	NIM	Semester
1.	Novi Dina Nasikha	B.2.19.0438	8
2.	Musngifah	B.2.19.0435	8
3.	Ayunda Ditha Zanuba	B.2.190431	8
4.	Samrokim	B.2.19.0439	8
5.	Deni Hermato	B.2.19.0434	8

Sumber: Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah

Berikut ini adalah faktor pendorong mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah menjadi tertarik dan percaya melakukan transaksi online shop dengan menggunakan aplikasi Shopee:

1. Sistem Pemasaran dan Transaksi Kepercayaan

Adalah kepercayaan pihak pembeli terhadap pihak penjual atau sebaliknya dalam melakukan transaksi jual beli berdasarkan suatu keyakinan bahwa seseorang yang dipercayai tersebut memiliki kewajibannya secara baik sesuai dengan yang diharapkan.

Kepercayaan konsumen adalah semua persepsi dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang telah dibuat oleh konsumen baik itu tentang objek, atribut, dan manfaatnya (Zakiyah, 2020).

Online shop adalah sarana yang menyediakan tempat untuk berbelanja bagi konsumen. Berdasarkan hasil wawancara penulis pada Latifur Rosidah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah yang melakukan transaksi melalui online shop menyatakan bahwa :

“Novi sudah percaya dengan online shop Shopee dibuktikan dengan Novi menggunakan aplikasi Shopee ± 2 tahun lamanya. Selain itu hal yang membuat Novi yakin dan percaya dengan aplikasi Shopee adalah dengan melakukan transaksi yang berorientasi terhadap konsumen seperti Cash On Delivery (COD).

Novi mengaku pada saat wawancara ia candu terhadap layanan yang diberikan oleh Shopee terbukti dari banyaknya riwayat pesanan dari aplikasi Shopee yang ditunjukkannya pada saat wawancara sedang berlangsung (dalam seminggu 2-3 kali melakukan transaksi di Shopee). Hal tersebut karena melalui online shop bisa mempermudah kita dalam membeli barang tanpa harus pergi ke tokonya langsung, untuk harga lebih murah dibandingkan harga barang dipasar dan ditoko” (Novi Dina Nasikha, wawancara : 23 Juni 2023).

Berdasarkan hasil dikemukakan oleh Musngifah menyatakan bahwa: “Aplikasi Shopee ini memberikan kemudahan, praktis dalam berbelanja baik dalam hal segi waktu yang fleksibel juga dari segi gratis ongkir dan voucher dimana para konsumen Shopee dapat mengklaim voucher sesuai dengan kebutuhan saat berbelanja. Hal ini sangat membantu bagi para konsumen yang ingin melakukan transaksi belanja online shop ketika setelah melakukan pesanan, voucher yang telah diklaim tadi otomatis terakumulasi dengan potongan ongkos kirim sehingga bagi para konsumen ini merupakan bentuk layanan yang berorientasi pada kebutuhan konsumen (Musngifah wawancara: 23 Juni 2023).

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi yang sangat pesat mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam melakukan aktifitas transaksi online shop dan memudahkan melakukan transaksi online shop karena tidak perlu untuk mendatangi tempat jualan suatu barang yang ingin dibeli cukup dengan melihat gambar atau barang dari aplikasi Shopee atau lainnya barang datang sesuai alamat yang dituju, tidak hanya itu jika ingin membeli barang bisa dengan menggunakan sistem (COD) bayar ditempat atau melakukan transfer pembayaran dan barang akan diantar ketempat pemesanan.

Sistem transaksinya lebih efisien dan lebih praktis bagi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, apalagi mahasiswa memiliki aplikasi online shop yang ada di handphone jadi bisa dimanfaatkan dalam setiap akan berbelanja di online shop.

2. Memiliki keunggulan

Berbelanja di online shop selain harga murah, beberapa toko di Shopee menyediakan berbagai merk dan kualitas tersendiri dengan begitu seseorang menjadi tertarik untuk membeli produk tersebut karena sesuai dengan harapan yang diinginkan (harga menentukan kualitas)” (Novi Dina Nasikha, wawancara : 23 Juni 2023).

Hal ini berbeda dengan yang dikemukakan oleh Samrokim menyatakan bahwa : “Layanan Shopee tidak selalu memberikan yang terbaik dibuktikan dengan adanya pesanan yang dibuat oleh Samrokim tidak sesuai dengan kenyataan yang diterima. Seperti saat Samrokim membuat pesanan berupa produk pakaian dimana saat melihat produk tersebut di aplikasi begitu menarik dan memikat konsumen untuk membelinya sehingga Fitri merasa semangat untuk memesannya. Ketika barang tersebut datang Samrokim merasa kecewa karena barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan. Setelah kejadian tersebut,

Fitri enggan untuk melakukan transaksi di layanan Shopee lagi” (Samrokim, wawancara : 23 Juni 2023).

Pendapat yang dikemukakan oleh Samrokim tidak sejalan dengan persepsi yang disampaikan oleh Ayunda bahwa: ”Online shop aplikasi Shopee ini produk/barangnya lengkap jika dibandingkan toko dipasar, barang yang Ayunda inginkan ready dan harganya relatif lebih terjangkau.

Jadi kepercayaan sangat dibutuhkan dalam bertransaksi belanja online shop dengan memberikan kepercayaan dalam pemenuhan barang ataupun jasa yang Ayunda inginkan. Kemudian berbagai barang yang ditawarkan dalam belanja online shop tersebut.

Penjual juga mengirim sesuai dengan permintaan Ayunda, penjual atau toko online shop memenuhi janji-janjinya kepada Ayunda dalam pembelian barang atau jasa setelah mengirim uang kepada toko online shop tersebut, dan Ayunda percaya bahwa barang yang dijual berkualitas bagus” (Ayunda Ditha Zanuba, wawancara : 23 Juni 2023).

Tidak jauh berbeda, Endang selaku salah satu Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah juga mengungkapkan bahwa : “Deni percaya kepada toko online shop aplikasi Shopee ini yaitu pada penilaian dari konsumen yang bertransaksi online shop dan jumlah terjualnya produk/barang pada toko online shop tersebut. Kemudian pihak Shopee memberikan banyak kemudahan seperti menyediakan layanan isi ulang pulsa, paket data, tagihan listrik PLN, BPJS, PDAM, biaya pendidikan dan lain-lain. Hal ini bisa Endang lakukan kapan saja karena layanan Shopee memberikan waktu tidak terbatas (24 jam)” (Deni Hermato , wawancara:25 Juni 2023).

Kepuasan Konsumen dalam Transaksi Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan bagian dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya.

Pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing. Biasanya pelanggan menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk dengan cara membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Jenis produk /Barang yang Dibeli Konsumen

NO	NAMA	Jenis Produk Barang
1.	Novi Dina Nasikha	Skincare,Baju,Jilbab,Tas,Sepatu.
2.	Musngifah	Baju,Celana, Jam
3.	Ayunda Ditha Zanuba	Jilbab,Mukena,Sweter

4.	Samrokim	Jaket, celana
5.	Deni Hermato	koko pria, tas, celana pria

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, pembahasan penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan penjelasan terhadap hasil penelitian sesuai dengan teori yang digunakan, adapun pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kepercayaan Konsumen dalam Transaksi Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee

Kepercayaan adalah kepercayaan pihak pembeli terhadap pihak penjual atau sebaliknya dalam melakukan transaksi jual beli berdasarkan suatu keyakinan bahwa seseorang yang dapat dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Kepercayaan konsumen juga merupakan semua persepsi dan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang telah dibuat oleh konsumen baik itu tentang objek, atribut dan manfaatnya.

Didalam e-commerce yang menjadi hal terpenting untuk mengubah pengunjung menjadi pembeli adalah adanya kepercayaan. Karena dengan adanya kepercayaan akan memberikan keyakinan serta menarik pengunjung website atau marketplace untuk membeli produk yang ditawarkan. Kepercayaan konsumen bisa didapatkan dengan adanya janji atau deskripsi yang ditampilkan oleh perusahaan terkait pelayanan dan produk yang ditawarkan. Bahkan konsumen juga bisa mendapatkan kepercayaan dengan melihat ulasan pengalaman belanja orang lain (Zakiyah, 2020). Adapun indikator kepercayaan konsumen terhadap online shop ada lima yaitu :

1. Integritas

Integritas meliputi kejujuran dan keadaan yang sesungguhnya. Integritas dalam kepercayaan merupakan sesuatu hal yang kritical. Tanpa persepsi karakter moral dan kejujuran yang dasar, dimensi lainnya tidak akan berarti.

2. Kompetensi

Kompetensi disini merupakan teknik dan kemampuan dalam berinteraksi membangun kepercayaan. Misalnya : bagaimana mendengarkan seseorang, bagaimana berbicara dan mengucapkan sesuatu agar terjadi proses kepercayaan.

3. Konsistensi

Konsistensi berhubungan dengan sesuatu yang dapat dipercaya, tingkat prediksi terhadap seseorang, dan penilaian menangani situasi.

4. Loyalitas

Kemampuan untuk melindungi dan menyelamatkan seseorang dari orang lain. Kepercayaan mempersyaratkan kita tergantung seseorang untuk tidak mencari kesempatan.

5. Keterbukaan

Dimensi terakhir kepercayaan mengharuskan adanya keterbukaan diantara satu dengars yang lainnya. Tanpa keterbukaan tidak mungkin akan terjadi proses kepercayaan (Tarwiyanti, 2018).

Berdasarkan teori diatas, dari hasil penelitian temuan khusus di STAIS Indramayu pada Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah sebagai konsumen dalam bertransaksi online shop bahwa kejujuran, kemampuan, konsistensi, loyalitas dan keterbukaan di aplikasi Shopee di toko online shop mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam melakukan aktifitas transaksi online shop dan memudahkan melakukan transaksi online shop karena tidak perlu untuk mendatangi tempat jualan suatu barang yang ingin dibeli cukup dengan melihat gambar/barang dari aplikasi Shopee atau lainnya barang datang sesuai alamat yang dituju, tidak hanya itu jika ingin membeli barang bisa dengan menggunakan sistem (COD) bayar di tempat atau melakukan transfer pembayaran dan barang akan diantar ke tempat pemesanan. Sistem transaksinya lebih efisien dan lebih praktis bagi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, apalagi mahasiswa memiliki aplikasi online shop yang ada di handphone jadi bisa dimanfaatkan dalam setiap akan berbelanja di online shop. Kemudian kualitas barang juga menjadi faktor ketertarikan/kepercayaan konsumen berbelanja di Online Shop. Sehingga Online Shop menjadi pilihan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah untuk berbelanja sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka yang cocok dengan passion.

Kepuasan Konsumen dalam Transaksi Online Shop pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Pengguna Aplikasi Shopee

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dibandingkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Berdasarkan dari definisi tersebut maka dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen berhubungan erat dengan dua hal yaitu harapan dan hasil yang diterima. Kepuasan konsumen yaitu kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelayanan yang diterima (hasil yang diperoleh atau kenyataan yang dialami). Kepuasan konsumen tercipta pada masa pembelian, pengalaman menggunakan produk atau jasa dan masa setelah pembelian. Konsumen yang merasa puas pada produk yang digunakannya akan kembali menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini mengakibatkan kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk memenangkan persaingan (Saputri, 2019).

Indikator kepuasan konsumen yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari konsumen saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari toko online shop tersebut.
2. Terpenuhinya harapan konsumen setelah membeli produk
Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk dengan harapan yang diinginkan konsumen.
3. Selalu membeli produk

Yaitu konsumen akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan (Saidani & Arifin, 2012).

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara yang telah peneliti lakukan dengan Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah selaku konsumen transaksi online shop aplikasi Shopee bahwa model pelayanan dan kualitas produk sangat berpengaruh khususnya untuk kenyamanan dan kepuasan antar kedua pihak dalam bertransaksi. Pelayanan seperti tracking, penilaian/ulasan dan pengembalian produk sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan transaksi melalui online shop. selain itu pembayaran langsung ditempat (COD) juga menjadi layanan utama yang diminati oleh para pengguna aplikasi shopee sehingga dapat menimbulkan tingkat kepuasan yang berkesinambungan dalam kurun waktu tertentu.

Mahasiswa tertarik berbelanja di online shop karena selain mendapatkan pelayanan juga mendapatkan penawaran dan kualitas produk yang ada di online shop seperti free ongkir, dikemas dengan baik barang yang dipesan (bubble wrap), pengantarannya yang cepat, dan diskon harga barang. Sehingga intensitas berbelanja di shopee menjadi meningkat dan repeat order atau melakukan pembelian berulang di toko yang sama atau di toko yang lainnya.

Simpulan

Dari temuan penelitian dan pembahasan skripsi yang telah diuraikan diatas, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang terangkum sebagai berikut :

Keberhasilan transaksi di internet besar dipengaruhi oleh adanya faktor kepercayaan. Kepercayaan merupakan faktor utama timbulnya minat beli konsumen secara online. Faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi pembelian online adalah kepercayaan. Kepercayaan menjadi faktor kunci dalam setiap transaksi jual beli secara online. Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pada transaksi online shop aplikasi Shopee merupakan faktor utama dalam memicu minat konsumen untuk melakukan pembelian secara online dimana semakin tinggi derajat kepercayaan konsumen maka semakin tinggi pula tingkat pembelian niat konsumen bahkan dilakukan secara berulang-ulang.

Kepuasan konsumen dalam transaksi online shop adalah dengan semakin meningkatnya kemudahan dalam penggunaan teknologi informasi. Dalam hal ini mengenai kejujuran penjual dalam bertransaksi, tanggung jawab penjual kepada pembeli dan layanan yang baik diberikan oleh toko online shop maka aplikasi Shopee memiliki reputasi yang baik, sehingga terciptanya kepuasan konsumen untuk menggunakan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor, 27(10), 179-188.

- Alfarizi, Irfan. 2019. Trend Jual Beli Online Melalui Situs Resmi Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Bengkulu. Bengkulu.
- Ambarwati, Dwi Rani. 2019. Jual Beli Online dengan Menggunakan Sistem Dropshipping dalam Kajian Ekonomi Islam. Skripsi. Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Andhini, Amelia. 2017. Pengaruh Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen pada E-commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(7): 1-23.
- Anita, Yeni. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Ladaza di Kota Pekanbaru). Skripsi. Program Pascasarjana. UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Riau. Anwar, Rosian & Adidarma, Wijaya. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya* 14(2): 156- 158.
- Burhanuddin, Abdullah. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, Anang M. 2012. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Hasan, Akhmad Farroh. 2018. *Fiqh Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*. Malang: UIN. Maliki Press.
- Ikit., Artiyanto dan Saleh Muhammad. 2018. *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Gava Media.
- Khotimah, Nurul. 2020. Analisis Faktor Kepuasan Konsumen dari Sudut Pandang Kinerja Pelayanan (Reliability, Responveness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles) Studi Kasus Bengkel Resmi Astra Honda Authorized Service Station (AHASS) PT. Murni Subaja Mas. Skripsi. Fakultas Manajemen. Universitas Gunadarma.
- Marindi, Pandu & Nurwidawati, Desi. 2015. Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dalam Belanja Online dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Program Studi Psikologi*. 3(2): 1-5.
- Murni, Chusnul Hajijah. 2020. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Online Shop di Shoppe. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- IAIN Ponorogo. Ponorogo. Mursidah, Umi. 2017. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli dipasar Tradisional (Studi pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat). Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Raden Intan Lampung. Lampung.
- Neogroho, Agung. 2010. *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.

- Norman, Efrita & Aisyah, Idha. 2019. Bisnis Online di Era Revolusi Industri 4.0 (Tinjauan Fiqih Muamalah). *Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah*. Masyarakat Ekonomi Syariah Bogor. 1(1): 30-47.
- Nugroho, Sulisty Adi. 2016. *E-Commerce Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.
- Safira, Desy. 2020. Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam. *Jurnal Hasil Kajian dan Penelitian dalam Bidang Keislaman dan Pendidikan*. Jurusan Manajemen Dakwah. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 5(1): 57- 68.
- Saidani, Basrah & Arifin, Samsul. 2012. Pengaruh KUALITAS Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. 3(1): 1-22.
- Saputri, Nindy Azis. 2019. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Riau.
- Sugara, Anang dan Dewantara, Rizki Yudhi. 2017. Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi pada Konsumen Z). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang 52(1): 8-15.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulianta, Feri. 2012. *Smart Online Marketer*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Syaifulallah. 2014. Etika Jual Beli dalam Islam. *Jurnal Studia Islamika*. Institut Agama Islam Negeri PALU 11(2): 371-387.
- Tarwiyanti, Eka Aprilyah. 2018. Pengaruh Kepercayaan (Trust) pada Toko Online (Onlineshop) Terhadap Intensi Membeli Produk. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Utami, Nani. 2018. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Online Sistem Dropshipping di Ritel Wilayah Ponorogo. Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Ponorogo. Yansya, Rendi. 2018. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online Shopee di Kota Jambi. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Jambi.
- Yanti, Fitri. 2019. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli dengan Model Periklanan di Shopee. Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Syariah dan Hukum. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Yuliana, Sa'adah, dkk. 2017. *Transaksi Ekonomi dan Bisnis dalam Tinjauan Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.



- Zakiah, Vina. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online di Shopee Perspektif Konsumen di Pondok Pesantren Modern El-Fira Purwokerto. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto. Purwokerto
- Surbakti, R. B., & Evyanto, W. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Situs Belanja Online Shopee Di Batam. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 219-233.