

**PENGARUH WEB PASAR ONLINE DAN MINAT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT
(Studi Kasus Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian)**

S K R I P S I

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Merai Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

AQIL ARYANSAH

NIM 501180303

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
2023**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aqil Aryansah
Nim : 501180303
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul **“PENGARUH WEB PASAR ONLINE KERAMAT TINGGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT (STUDI PASAR KERAMAT TINGGI KECAMATAN MUARA BULIAN)”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudia hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jambi, 11 Mei 2023

Pembuat Pernyataan



AQIL ARYANSAH

501180303

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi

Pembimbing I : Drs. H. Maulana Yusuf, M.Ag
Pembimbing II : Muhamad Subhan, S.Ag., M. E
Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan
Thaha Saifuddin Jambi Jl.Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura, Kota
Jambi 36122
Website : <https://febi.uinjambi.ac.id>

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Di-
Jambi

NOTA DINAS

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Aqil Aryansah NIM : 501180303 yang berjudul; "**PENGARUH WEB PASAR ONLINE KERAMAT TINGGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT (STUDI PASAR KERAMAT TINGGI KECAMATAN MUARA BULIAN)**" telah disetujui dan dapat diajukan untuk diujikan pada ujian skripsi dengan tujuan melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Maka dengan ini kami mengajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik. Demikian nota dinas ini dibuat, dan kami ucapkan terimakasih. Semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang menyatakan

Dosen Pembimbing I



Drs. H. Maulana Yusuf, M.Ag
NIP. 196310251992031005

Dosen Pembimbing II



Muhamad Subhan, S.Ag., M.E
NIP. 197411202014111001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 Website: febi-iainstsjambi.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-16 /D.V/PP.00.9/07/2023

Skripsi dengan judul "Pengaruh web pasar online dan minat terhadap keputusan pembelian masyarakat (studi kasus pasar keramat tinggi kecamatan muara bulian) yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AQIL ARYANSAH
NIM : 501180303
Tanggal ujian skripsi : 29 Mei 2023
Nilai munaqasyah : 70,67 (B)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu (S.1) UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Munaqasyah/Tim Penguji
Ketua Sidang,

Dr. Elyanti Rosmanidar, S.E., M.Si
NIP. 197909022007102001

Penguji I,

Bambang Kurniawan, S.P., M.E
NIP. 198104262015031002

Pembimbing I,

Drs. H. Maulana Yusuf, M.Ag
NIP. 196310251992031005

Penguji II,

Fauzan Ramli, S.E., M.E
NIDN. 201129302

Pembimbing II,

Muhammad Subhan, S.Ag., M.E
NIP. 19741120 201411 1 001

Sekretaris Sidang,

Rabiyyatul Alawiyah, S.Pd., M.E
NIDN. 2029089302

Jambi, 31 Juli 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Dekan,

Dr. A.A. Miftah, M.Ag

NIP. 19731125 199603 1 001



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
- Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Jambi.

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةَ وَلَا شَفِيعَةً
وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim”*.¹

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

¹Al-Baqarah (254), Departemen Agama RI. (Yogyakarta, Universitas Indonesia)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala nikmat kekuatan serta kelancaran dalam proses mengerjakan skripsi ini. Tak lupa shalawat serta salam yang kita haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita ke masa yang terang menderang seperti saat ini.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua saya ayah **Sopianto** dan ibu **Juniarty**. Terimakasih atas kasih sayang yang berlimpah, pengorbanan serta doa, dorongan, nasehat dan semangat yang tiada henti dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini. Dalam setiap langkahku aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan didiriku, meski belum semua itu kuraih insya'Allah atas dukungan do'a dan restu semua mimpi itu akan terjawab di masa penuh kehangatan nanti.

Terimakasih selanjutnya kepada keluarga saya Adik **Novriyanti Almawaddah** dan Oom saya **Dr. Musli, S.Ag., M.Pd.I.** dan Tante saya **Ida Adriyanti** yang sudah memberikan nasehat dan arahan selama ini.

Tak lupa pula saya ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing saya Bapak **Drs.H. Maulana Yusuf, M.Ag** Pembimbing Skripsi I saya dan Bapak **Muhamad Subhan, S.Ag., M.E** selaku Pembimbing Skripsi II saya. Serta saya ucapkan terimakasih juga kepada seluruh dosen dan staf akademik yang telah membantu, semoga Allah selalu melindungi kita semua.

Terimakasih kepada **Ayu Alfarida** yang membantu saya selama ini dan mensupport saya dalam keadaan apapun

Ucapan terimakasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh sahabat-sahabat saya **Lokal I**. Terimakasih untuk memori yang kita rajut setiap harinya atas tawa yang setiap hari kita miliki dan atas solidaritas yang luar biasa. Sehingga masa kuliah selama 4 tahun ini menjadi lebih berarti, semoga saat indah itu akan selalu menjadi kenangan yang paling indah.

Dan terakhir terimakasih buat semua keluarga dan sahabat, teman-teman yang sudah berkontribusi, berdoa, perhatian, kepo000, stalking, dan menyayangi secara implisit maupun eksplisit. Untuk semuanya terimakasih.

Semoga kita semua selalu dimudahkan dan dilancarkan dalam segala urusan kita oleh Allah SWT. Aamiin.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh web Pasar Online dan minat terhadap Keputusan pembelian di pasar keramat tinggi muara bulian. Sampel yang digunakan sebanyak 80 orang pelanggan yang melakukan pembelian berulang melalui aplikasi atau website pasar online keramat tinggi muara bulian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Purposive sampling. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana dengan aplikasi SPSS 16. Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji Koefisien Determinasi diperoleh RS quare sebesar 0,379 Hal ini menunjukkan bahwa Variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 37,9%. dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan, sedangkan 42.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Pengaruh, Web Pasar Online , Minat, Keputusan Pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of the online web market and interest in purchasing decisions at the sacred high market of Muara Bulian. The sample used was 80 customers who made repeated purchases through the application or website of the Muara Bulian sacred online market. The sampling technique in this study used a purposive sampling method. Data collection was carried out using a questionnaire with a Likert scale. The analytical method used in this study is a simple regression analysis method with the SPSS 16 application. The results of the research (t test) show that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$. The test results for the Coefficient of Determination obtained RS quare of 0.379. This indicates that the dependent variable is customer satisfaction of 37.9%. influenced by the independent variable of service quality, while 42.1% is influenced by other variables that have not been examined in this study.

Keywords: Influence, Web Market Online, Interest, Purchase Decision

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkah dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Web Pasar Online Dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat (Studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian)”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik isi maupun cara pengungkapannya. Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs.H. Maulana Yusuf, M.Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Muhamad Subhan, S.Ag., M.E selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. H Su’aidi Asy’ari, MA., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Bapak Dr. A.A. Miftah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Ibu Dr. Elyanti Rosmanidar, S.E.,M.Si, Ibu Titin Agustin Nengsih, S.Si.,M.SI.,Ph. Bapak Dr. Addiarahman,S.HI,M.SI selaku wakil Dekan I,II, dan III dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
5. Bapak Dr. Usdeldi, SE,M. Si, Ak, CA, Asean CPA dan Sri Rahma, M.E selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan materi perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifudin Jambi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

7. Seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam menyusun skripsi ini terimakasih banyak semoga kalian semua diberikan kelancaran dalam setiap urusannya.

Disamping itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, apabila terdapat kesalahan, mohon dimaafkan. Saya sangat mengharapkan kritik dan saran supaya bisa menjadi catatan untuk kedepannya yang lebih baik.²

Jambi, 11 Mei 2023
Penulis



Aqil Aryansah
NIM. 501180303

² Tim Penyusun, *Buku Panduan Penulisan Skripsi*, (Jambi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2022), hlm. 64.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Masalah	13
F. Manfaat penelitian	13
1) Manfaat Teoritis	13
2) Manfaat Praktis	14
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELEVAN	
A. Landasan Teori	16
B. Studi Relevan.....	33
C. Kerangka Pemikiran	36
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode dan Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
C. Jenis Dan Sumber Data.....	39
D. Populasi Dan Sampel.....	40
E. Metode Penarikan Sampel	40
F. Instrumen Penelitian	41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

G. Definisi Operasional Variabel	42
H. Metode Pengolahan dan Analisis data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Hasil Penelitian	51
C. Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Implikasi	62
C. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang dan Jenis Dagangannya.....	4
Tabel 1.2 Data Pedagang dalam WEB Pasar Online	6
Tabel 2.1 Studi Relevan	33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Jambi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Launching WEB Pasar Online	4
Gambar 1.2 Cara Masuk WEB Pasar Online	5
Gambar 1.3 Tampilan WEB Pasar Online	10
Gambar 1.4 Statistik WEB Pasar Online	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Saifuddin
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Saifuddin

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar *e-commerce* terus berkembang setiap tahunnya, tidak terkecuali pandemi tahun ini. Platform belanja digital kini harus memenuhi kebutuhan banyak pelanggan yang belum pernah melakukannya sebelumnya. Selain itu, perluasan infrastruktur dan penetrasi digital Indonesia tidak dapat dipisahkan dari perluasan tersebut. Banyak orang Indonesia sekarang menggunakan *e-commerce* sebagai metode alternatif penemuan dan pembelian produk. Faktanya, tahun ini 88% pengguna internet Indonesia telah melakukan pembelian online, atau hampir semuanya³.

Ekonomi digital Indonesia terutama didorong oleh orang-orang yang lahir setelah tahun 1990 yang secara aktif mengadaptasi teknologi digital dan menghabiskan lebih banyak waktu online.⁴ Platform *e-commerce* seperti pasar, situs web, dan media sosial semuanya tersedia untuk belanja online. Marketplace adalah platform yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia, diikuti oleh situs web dan media sosial.

Kemajuan inovatif membuat pembeli menggunakan inovasi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Hal ini terlihat dari sejauh mana konsumen memanfaatkan sumber daya teknologi informasi untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan, termasuk internet. Perubahan gaya hidup konsumen disebabkan oleh pesatnya perkembangan internet yang telah berkembang menjadi sumber informasi yang dapat diakses. Kebiasaan belanja masyarakat telah bergeser dari transaksi situs penjualan tradisional ke online yang dipengaruhi oleh gaya hidup mereka yang berubah akibat perubahan zaman. Kemajuan perubahan dalam gaya belanja individu telah menghasilkan

³ Doli Saputra Hasibuan, Penggunaan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dan Metode Simple Additive Weighting (Saw) Pada Pemilihan E-Commerce Terbaik Dikalangan Mahasiswa Teknik Industri Usu. FM-GKM-SITI-FT-6-06-07; Tgl: 09 Juli 2018; Rev : 01. hlm. 45.

⁴ A. Mundzir. Peningkatan Ekonomi Masyarakat menuju Era Society 5.0 Ditengah Pandemi Covid-19. (Jakarta: Insania, 2021). Hlm. 21

banyak situs penjualan berbasis web yang menyebabkan individu mendapatkan lebih banyak data dan melakukan dengan efektif tanpa pergi ke tempat tenaga kerja dan produk dijual. Keunggulan belanja online yang lebih praktis dan hemat dari segi waktu, tenaga, dan uang, mempengaruhi perilaku konsumen.⁵

Selain memberikan banyak keuntungan bagi pemasar, pembelian layanan online juga memberikan keuntungan bagi pelanggan online. Kotler dan Armstrong mengklaim bahwa kemudahan berbelanja online menjadi salah satu keuntungan bagi pelanggan. Pelanggan atau konsumen tidak harus berurusan dengan lalu lintas, mencari tempat parkir, atau berjalan kaki dari toko ke toko. Dari lokasi mana pun, pelanggan dapat membandingkan merek, memeriksa harga, dan memesan sepanjang waktu⁶.

E-commerce secara aktif mendukung ekspansi usaha kecil dan menengah (UKM) yang berkelanjutan selama pandemi ini. dengan banyak panggilan dari rumah untuk bekerja dan belajar. Penjual memiliki opsi untuk melanjutkan bisnis mereka dari rumah melalui *e-commerce*. *E-commerce* memiliki potensi yang cukup karena cakupan bisnis dan penjualannya yang tidak terbatas di seluruh dunia, yang merupakan keunggulan lainnya. Sejak pandemi dimulai, penjualan online juga meningkat. Sektor *e-commerce* di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, yang tidak bisa dilebih-lebihkan. Berdasarkan temuan analisis Ernst & Young, bisnis online di Indonesia mengalami peningkatan nilai penjualan sebesar 40% per tahun. Di Indonesia, terdapat sekitar 71 juta pengguna smartphone dan 93,4 juta pengguna internet. Hal inilah yang membuat industri bisnis online harus diwaspadai agar mampu menggerakkan laju perekonomian masyarakat. Perkembangan *e-commerce* ini juga berdampak pada Pasar dikecamatan Muara Bulian yang merupakan pasar tradisional pusat perbelanjaan terbesar di kecamatan muara bulian.

Berikut ini adalah tabel jumlah pedagang di pasar keramat tinggi di kabupaten batanghari muara bulian:

⁵ Gede Wisnu Saputra. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 7, 2020. Hlm. 2597

⁶ Stefanie Dwipuspita . Pengaruh Penggunaan Website terhadap Keputusan Pembelian e-Jurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran Vol. 1 ., No. 1 (2012)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthra Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthra Jambi



Tabel 1.1 Jumlah pedagang berdasarkan jenis dagangan di Pasar Keramat Tinggi Muara Bulian Kabupaten Batanghari

No	Jenis produk	Jumlah	%
1	Pakaian, Aksesoris, Sepatu, Elektronik, Sepeda, Emas, Pecah Belah.	442	56,12
2	Pedagang Sayur dan Buah	131	16,63
3	Pedagang Ayam	57	7,24
4	Pedagang Ikan dan Daging	98	12,35
5	Lain-lain	62	7,8
Total		788	100

Sumber: Data UPTD Muara Bulian, 2022

Pasar Keramat Tinggi bermula dari pasar muaro lamo. Pada hari Rabu tanggal 18 November 2020 di Pasar Keramat Tinggi di adakan Launching web pasar Online <https://s.id/pasarkeramattinggi> sebagai penunjang pasar online dipasar kramat tinggi serta penanda tanganan MoU antara Diskoperindag Kab. Batang Hari dan BRI Kanca Muara Bulian yg di buka oleh Bapak Bupati Batang Hari.

Gambar 1.1
Launcing Web Pasar Online



Sumber: Data UPTD Muara Bulian, 2022

Tujuan peluncuran web pasar adalah untuk meningkatkan dan mempercepat proses transaksi pasar terkait pandemi. Ini karena ekonomi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

sangat menderita selama pandemi dan pasar lesu. Selama pandemi, kita harus tetap berhati-hati. dilarang berkumpul dan berinteraksi secara normal. Oleh karena itu, Dinas Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Batang Hari membuat web marketplace untuk memudahkan pembelian dan penjualan produk. Mudah digunakan dan mematuhi peraturan kesehatan dengan sistem online. Pasar online ini, yang mungkin sebanding dengan pasar yang ada, akan memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Chrome, Mozilla, dan aplikasi indeks web lainnya menyediakan akses ke pasar web berbasis internet ini. Sangat mudah untuk mengintegrasikan penggunaan dan transaksi ke dalam komunitas yang ada. Berikut cara transaksi dan pemesanan barang secara online di web pasar online pasar keramat tinggi.

Gambar 1.2

Cara Masuk Aplikasi Web Pasar Online



Sumber: Data UPTD Muara Bulian, 2022

Melalui nota kesepahaman yang telah disepakati, DISPERINDAG Kabupaten Batang Hari mengawal proses pasar online pasar keramat tinggi tersebut. Kemampuan masyarakat dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya di masa pandemi ini diharapkan dapat dipermudah dengan adanya web pasar online ini. Pedagang pasar tradisional perlu menyesuaikan diri dengan normal baru. Transaksi perdagangan virtual melalui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

saluran platform online adalah salah satu adaptasi tersebut. Berikut data penjual yang terdaftar dalam Web Pasar Online Pasar Keramat tinggi:

Tabel 1.2
Data Pedagang Didalam Web Pasar Online

Kode Lapak	Nama Lapak	Deskripsi	Kategori
PKT 01	Agen Ourcitrus	kosmetik dan Obat-obatan	aksesoris & kosmetik
PKT 02	Ayam potong uci ajrin	Jual daging ayam	ikan & daging
PKT 03	Calista hijab	Jual hijab	Pakaian
PKT 04	Elektronik fandi	Elektronik	Perancangan
PKT 05	es tebu dian	MINUMAN SEGAR	makanan & minuman
PKT 06	Kedai bakso dan minuman mas jerry	menjual makanan dan minuman	makanan & minuman
PKT 07	kedai nasi fitri	menjual makanan dan minuman	makanan & minuman
PKT 37	Kue uni Eka	jual kue basah	Cemilan
PKT 28	lapak ayuk kulit	jual buah pisang	buah-buahan
PKT 29	lapak buk niti	jual bumbu mentah	bumbu dapur
PKT 08	lapak Hanafi	lapak bumbu jadi dan kering	bumbu dapur
PKT 43	lapak jual jengkol	jual jengkol	sayur & buah
PKT 09	Lapak Kusuma family Ayam potong	Menjual ayam potong	ikan & daging
PKT 10	Lapak mbak nur	Jual tahu,cabe,bawang	sayur & buah
PKT 24	Lapak plastik aan	jual plastic	aneka plastic
PKT 11	Lapak sayur akhlis lala	Jual sayuran	sayur & buah
PKT 12	Lapak sayur reni Joni	Jual aneka sayuran	sayur & buah
PKT 36	mitra busana	pakaian dewasa dan anak	Pakaian
PKT 13	sate cak sugeng	Sate Kambing Madura,Sate Ayam,	makanan & minuman
PKT 27	toko bapak baron	Jual Ikan Asin	ikan & daging
PKT 14	Toko Bata	sepatu,tas,sandal	pakaian, sepatu dan sandal
PKT 32	toko doa bundo	pakaian anak dan dewasa	Pakaian
PKT 41	Toko elektronik zul	menjual perlengkapan elektronik	peralatan rumah tangga
PKT 15	toko helmi	jual perlengkapan	peralatan rumah tangga
PKT 16	toko manisan bihan	menjual sembako	Sembako
PKT 17	Toko manisan nanda	Toko sembako	Sembako

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

PKT 38	toko pakaian amal	menjual baju sekolah SD.SMP,SMA,pakaian dewasa pria,alat alat perlengkapan pakaian sekolah	Pakaian
PKT 40	Toko pakaian dan jilbab memey	menjual pakaian wanita dewasa dan jilbab segi empat,pasimnah,dan jilbab instan	Pakaian
PKT 18	toko pakaian ni evii	baju gamis, baju anak-anak	Pakaian
PKT 26	toko pakaian novi	PAKAIAN	Pakaian
PKT 30	toko pakaian rena reva	pakaian anak dewasa	Pakaian
PKT 32	Toko Pakaian sunseyya	pakaian anak dan dewasa	Pakaian
PKT 31	toko pecah belah dahlia	jual pecah belah	peralatan rumah tangga
PKT 19	Toko riko	Jual sembako dan kerupuk	Sembako
PKT 34	toko sembako Andi	Sembako	Sembako
PKT 42	toko sepatu aman sejahtera	menjual sepatu, sandal anak anak dan dewasa	pakaian, sepatu dan sandal
PKT 39	toko sepatu dan sandal uda her	menjual sepatu dan sandal	pakaian, sepatu dan sandal
PKT 35	Toko Tas dan Aksesoris Joni	tas dan aksesoris	aksesoris & kosmetik
PKT 44	toko tas dedy	menjual tas	pakaian, sepatu dan sandal
PKT 20	Tokoh Buah faris	Tokoh Buah	buah-buahan
PKT 21	warkop mak rodia	Menjual makanan dan minuman	makanan & minuman
PKT 22	warung ayuk ema	JUAL MAKANAN DAN MINUMAN	makanan & minuman
PKT 23	warung makan hen	warung makan dan minuman	makanan & minuman
PKT 24	warung nasi susanti	warung nasi	makanan & minuman
PKT 63	Chyra Kerudung	Jual hijab segi empat dan bandana	Pakaian, sepatu dan sandal
PKT 66	Ernita perhiasan	Menjual suping aksesoris wanita	Perancangan
PKT 71	Fitri junio hijab	Jual jilbab segi empat, pasmina dan jilbab langsung	Pakaian
PKT 69	Gado-gado bicik ilin	Menjual gado-gado hanya sampe jam 11 siang	Makanan dan minuman
PKT 87	Ikan asin dinda	Menjual ikan asin	Ikan & daging

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

PKT 85	Inayah jilbab	Jual berbagai jenis jilbab	Pakaian
PKT 60	Kedai ibu ridha	Menjual sarapan pagi	Makanan & minuman
PKT 50	Kedai sarapan uni wina	Menjual makanan sarapan, lontong, mie goreng & rebus	Makanan & minuman
PKT 56	Lapak buah lokal	Jual boah lokal, pepaya, pisang manis, & ambon	Buah-buahan
PKT 89	Lapak bumbu mentah widia	Menjual bumbu dapur	Bumbu dapur
PKT 59	Lapak bumbu pak via	Menjual bumbu basah dan kering	Bumbu dapur
PKT 47	Lapak cabe jamal	Jual cabe besar, rawit, bawang merah & bawang putih	Sayur & buah
PKT 54	Lapak ikan air tawar	Jual ikan nila dan ikan lele	Ikan dan daging
PKT 46	Lapak ikan laut aprizal	Jual ikan segar mentah	Ikan & daging
PKT 55	Lapak ikan Patin	Jual ikan patin	Ikan & daging
PKT 58	Lapak plastik uni sirva	Jual berbagai plastik	Aneka plastik
PKT 48	Lapak sayur asneri heri	Jual sayur mentah	Sayur & buah
PKT 61	Lapak sayur bu minik	Jual sayur-sayuran	Sayur & buah
PKT 53	Lapak sayur bu sita G1	Jual sayur	Sayur & buah
PKT 74	Lapak sayur bu sri	Menjual sayuran mentah	Sayur & buah
PKT 51	Lapak sayur bu sumiati	Menjual sayuran mentah	Sayur & buah
PKT 74	Lapak sayur bu tris	Menjual sayuran tahu & tempe	Sayur & buah
PKT 86	Lapak sayur faisal	Menjual sayur segar & mentah	Sayur & buah
PKT 67	Lapak sayur kak seti	Menjual sayuran tahu & tempe	Sayur & buah
PKT 79	Lapak sayur nelda	Menjual sayur	Sayur & buah
PKT 64	Lapak sayur sumiati G2	Menjual sayuran	Sayur & buah
PKT 78	Lapak sayur winda	Menjual sayuran	Sayur & buah
PKT 88	Lapak sembako dinda	Menjual berbagai kebutuhan sembako	Sembako
PKT 57	Lapak sembako pak via	Menjual berbagai sembako	Sembako
PKT 90	Lapak tempe budi	Menjual tempe bungkus daun & plastik	Sayur & buah
PKT 80	Man sate padang	Menjual sate	Makanan & minuman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi

PKT 38	Minuman bu ros	Menjual minuman dingin varian rasa	Makanan & minuman
PKT 62	Ramli bawang blok d kuning	Jual bawang	Bumbu dapur
PKT 84	Salon dira	Menjual semir rambut	Aksesoris & kosmetik
PKT 49	Toko buah mulyadi	Jual buah-buahan	Buah-buahan
PKT 70	Toko hijab resi	Menjual jilbab segi empat langsung	Pakaian
PKT 72	Toko jilbab nani	Menjual jilbab segi empat & pasmina	Pakaian
PKT 73	Toko mainan desma	Menjual mainan anak-anak	Peralatan rumah tangga
PKT 77	Toko nyohana	Menjual kosmetik	Aksesoris & kosmetik
PKT 76	toko pakain yanti	menjual pakaian dewasa, anak laki-laki & perempuan	Pakaian, sepatu & sandal
PKT 45	Toko randi	Menjual sepatu, sandal pria & wanita	Pakaian, sepatu & sandal
PKT 81	Toko sepatu akbar	Menjual sepatu & tas	Pakaian
PKT 83	Toko subur indah	Menjual sepatu anak & dewasa & tas	Pakaian, sepatu & sandal
PKT 52	Toko uni efrina	Menjual baju anak sampai dewasa	Pakaian, sepatu & sandal
PKT 82	Toko wira hijab	Menjual berbagai jenis hijab	Pakaian

Sumber: Data UPTD Muara Bulian, 2022

Kemenperin dan Nota Kesepahaman dengan BRI mengawal jaringan pasar jati keramat. BRI memiliki beberapa program kerja untuk mendukung program pemerintah dalam Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), salah satunya adalah aplikasi web pasar yang dikenal dengan nama Pasar.id. Pasar.id adalah aplikasi yang menyatukan pedagang dan pembeli tanpa harus datang ke pasar untuk membantu mengurangi penyebaran virus Corona tanpa mengurangi gaji pedagang pasar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Gambar 1.3

Tampilan Web Pasar Online Pasar Keramat Tinggi



Dengan #dirumahaja
Belanja kebutuhan rumah
tangga lebih mudah dan
nyaman

Sumber: Data UPTD Muara Bulian, 2022

Untuk mempermudah pelanggan dalam membuat keputusan pembelian, web pasar online pasar keramat tinggi menyediakan banyak informasi produk dan petunjuk tentang cara membeli produk. Dimensi penggunaan media—jumlah waktu yang dihabiskan di berbagai media—jenis konten media yang dikonsumsi (isi pesan) dan berbagai hubungan antara konsumen media individual dan konten media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan—merupakan fondasi untuk penggunaan web pasar online. Pilihan utama pembeli dalam berbelanja melalui toko berbasis web adalah bahwa cara paling umum dalam melihat, menilai pilihan dan menyelesaikan belanja terjadi dengan cepat, menguntungkan, dan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Diskusi antar sesama pelanggan atau calon pelanggan melalui chat atau newsgroup dapat meningkatkan proses pencarian online, dilanjutkan dengan proses evaluasi untuk membandingkan dan mengembangkan kriteria keputusan, dan terakhir proses transaksi pembelian.⁷

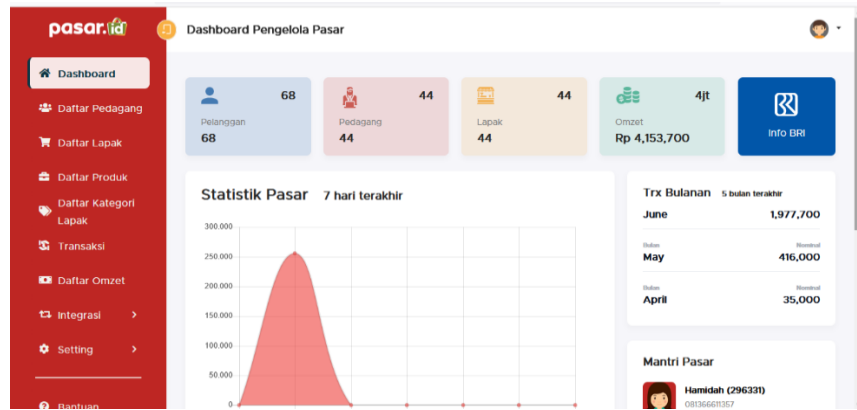
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

⁷ Stefani dwi puspita. Pengaruh website terhadap keputusan pembelian. Jurnal mahasiswa universitas padjajaran. Vol 1, No 1. 2012. Hlm. 3

Gambar 1. 4

Statistik Web Pasar Online



Sumber: Data UPTD Muara Bulian, 2022

Pada gambar diatas terlihat statistic pada web pasar online pasar keramat Tinggi yang terus meningkat pada 3 bulan terakhir di tahun 2022 karena web ini baru aktif dan digunakan di bulan mei.

Tabel 1.3

Jumlah pengguna web pasar online di pasar keramat tinggi muara bulian

No	Tahun	Jumlah Transaksi	%
1	2019	205	3,30
2	2020	120	5,64
3	2021	107	6,32
4	2022	245	2,76
Total		677	100

Sumber: Data UPTD Muara Bulian

Menurut penelitian Stefani Dwi Puspita, “Pengaruh penggunaan website terhadap keputusan pembelian”, keputusan pembelian masyarakat secara signifikan dipengaruhi oleh seberapa sering mereka menggunakan website. Selain itu, penelitian Rizi Kurniawan tentang pengaruh kualitas website

terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian pada website e-commerce menunjukkan bahwa kualitas website dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen dan keputusan pembelian.⁸

Berikut ini adalah beberapa contoh masyarakat yang menggunakan web pasar online di kecamatan muara bulian:

Tabel 1.4

Masyarakat yang menggunakan web

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Faizin	L	32 tahun	Karyawan
2	Sulastri	P	22 tahun	Mahasiswa
3	Yulita	P	20 tahun	Mahasiswa
4	Hengki	L	30 tahun	Karyawan
5	Mariana	P	21 tahun	Mahasiswa
6	Ayu	P	23 tahun	Karyawan
7	Fitri	P	23 tahun	Karyawan
8	Warsi	L	32 tahun	Karyawan
9	Titin	P	23 tahun	Mahasiswa
10	Doni	L	24 tahun	Wiraswasta
11	Indah	P	24 tahun	IRT(ibu rumah tangga)
12	Rizky	P	19 tahun	Pegawai Tokoh
13	Eni	P	17 tahun	Pelajar
14	Budi	L	22 tahun	Karyawan

⁸ Rizki kurniawan. Pengaruh kualitas website (webqual 4.0) terhadap kepercayaan dan dampaknya terhadap keputusan pembelian pada website e coerce. Jurnal administrasi bisnis. 2018. Hal 12.

15	Rahmat	L	33 tahun	Sopir
----	--------	---	----------	-------

Sumber: Data UPTD Muara Bulian, 2022

Pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis ingin melihat sejauh mana website pasar online ini berdampak pada masyarakat pasar keramat tinggi yang pada akhirnya masyarakat melakukan keputusan pembelian di web pasar online tersebut. Media sosial saat ini yang berkembang begitu pesat dengan berdirinya web pasar online keramat tinggi dari awal tahun 2020.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Web Pasar Online Dan Minat terhadap keputusan pembelian masyarakat studi pasar keramat tinggi kecamatan muara bulian.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas untuk memperoleh kejelasan terhadap masalah yang akan dibahas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat di muara bulian.
2. Seberapa besar pengaruh website “pasar.id” dikalangan masyarakat muara bulian?
3. Seberapa besar minat masyarakat muara bulian untuk belanja *online* pada website “pasar.id”?

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai Pengaruh Web Pasar Online Dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian. Oleh karena itu agar permasalahan dalam penelitian ini tidak meluas maka penelitian ini difokuskan kepada 1 variabel yang menjadi tolak ukur penelitian yaitu WEB Pasar online untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian masyarakat. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini

1. Berapa besar pengaruh WEB Pasar online terhadap keputusan pembelian masyarakat studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian?
2. Berapa besar pengaruh Minat terhadap keputusan pembelian masyarakat studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh WEB Pasar online terhadap keputusan pembelian Masyarakat studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian?
2. Untuk mengetahui pengaruh Minat terhadap keputusan pembelian masyarakat studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian?

F. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan sebagai sumber referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Web Pasar Online Keramat Tinggi Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian dan menambah pustaka yang telah ada.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang masalah yang diteliti.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi kalangan akademisi dan sebagai bahan referensi bagi peneliti tentang Pengaruh Web Pasar Online Dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian. Temuan ini juga diharapkan menjadi salah satu literatur/ referensi di dalam Pengembangan dan Perkembangannya. Web Pasar Online.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Pengaruh Web Pasar Online Dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pemahaman dan pembahasan tentang penelitian ini, peneliti membuat sistematika penulisan yang terdiri dari:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini peneliti memaparkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI YANG RELEVAN

Dalam bab ini membahas kajian pustaka dan studi relevan

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian terdiri dari metode dan jenis penelitian, lokasi dan objek penelitian, jenis dan sumber dan teknik pengumpulan data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Menguraikan analisis data dan pembahasan yang meliputi penyajian data, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Merupakan penutup yang berisikan kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dan saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak yang berkepentingan.

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Landasan Teori

1. Web

a. Pengertian Web

World Wide Web (www), lebih sering disebut sebagai Web, adalah sistem akses informasi yang paling terkenal di Internet. Pertama kali dibuat pada tahun 1991 di CERN, Laboratorium Ilmu Fisika Molekul Eropa, Jenewa, Swiss. Tujuan awalnya adalah mengembangkan platform sederhana bagi ilmuwan dan fisikawan untuk berbagi informasi.⁹ Menurut Laudon dan Laudon, selain berfungsi sebagai marketplace untuk pembelian barang dan jasa, internet juga merupakan perpustakaan online yang berisi informasi pelanggan¹⁰.

Situs web adalah kumpulan halaman situs web yang biasanya dikelompokkan bersama dalam domain atau subdomain di World Wide Web (WWW). Halaman web adalah dokumen dalam format HTML (Hyper Text Markup Language) yang hampir selalu dapat diakses melalui HTTP, yang merupakan protokol untuk mentransfer data dari server situs web ke browser web untuk ditampilkan. Jaringan informasi yang sangat luas dapat dibentuk oleh semua publikasi dari website tersebut. -Halaman situs web akan diakses melalui URL yang biasanya disebut sebagai beranda. URL ini menyatukan halaman situs ke dalam urutan kekuasaan, meskipun hyperlink pada halaman mengoordinasikan pembaca dan memberi tahu mereka desain umum dan bagaimana aliran data. Pengguna mungkin tidak dapat mengakses semua atau sebagian konten di beberapa situs web kecuali mereka berlangganan ke situs web tersebut atau menyediakan data. Misalnya, agar kami dapat mengakses

⁹ Kadir, Abdul. 2008. Pengenalan Sistem Informasi. Penerbit ANDI, Yogyakarta, hlm 25-26

¹⁰ Laudon, Kenneth C and Laudon, Jane P. 2007. Sistem Informasi Manajemen, Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 10. Buku Kedua, Penerjemah Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Salemba Empat. Jakarta, hlm 15-16

situs web tertentu, seperti email gratis dan situs web bisnis, diperlukan subkripsi.

Dengan menggunakan alat teknologi informasi internet, masalah perdagangan yang kompleks dapat diselesaikan melalui situs web. Pembeli dari seluruh dunia dapat dengan cepat mengakses semua barang yang tersedia, daftar harga, dan pilihan pembayaran melalui internet. Saat ini, sudah umum bagi orang untuk membeli dan menjual barang secara online daripada secara langsung di lokasi atau pertemuan tertentu. Kemudahan tersebut dimungkinkan dengan semakin canggihnya layanan di sektor internet.

b. Indikator website

Untuk mencapai kesuksesan bisnis yang langgeng, organisasi dapat menggunakan kantor inovasi data (web) untuk menjual produk atau layanan mereka. Situs web dapat dibuat oleh bisnis untuk menyediakan semua informasi terkait produk atau layanan. Saat menjual barang atau jasa secara online, ada banyak pertimbangan yang harus dilakukan pemasar. Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya didukung oleh faktor-faktor seperti kemudahan komunikasi, informasi produk atau jasa, keamanan transaksi, kenyamanan berbelanja, dan desain situs. Tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan pada situs web bisnis adalah salah satu ukuran keberhasilan ini. Temuan penelitian memberikan bukti nyata bahwa kualitas situs yang layak dapat menambah loyalitas konsumen dan meningkatkan kepercayaan pembeli pada suatu situs.

2. Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar hanyalah tempat di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk melakukan bisnis. Secara lugas, pasar dapat diartikan sebagai tempat berkumpulnya pedagang dan pembeli untuk melakukan pertukaran. Menurut definisi ini, pasar mampu memfasilitasi transaksi antara penjual dan pembeli baik barang maupun jasa dengan memiliki

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



lokasi tertentu. Pembeli aktual dan potensial dari suatu produk adalah aspek lain dari pasar yang dapat dipahami. Pasar juga dapat dipandang sebagai tempat bertemunya kekuatan penawaran dan permintaan atau sebagai mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual¹¹.

Secara umum pengertian pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual yang melalui interaksi mereka yang aktual atau potensial, menetapkan harga suatu produk atau sekumpulan produk. Dalam pengertian lain pasar merupakan tempat penjual dan pembeli bertemu untuk membeli atau menjual sumberdaya, barang, dan jasa. Dari pengertian tersebut terlihat bahwa pasar terdiri atas penjual, pembeli, produk dan tempat transaksi. Walaupun tempat pada selanjutnya tidak menjadi suatu keharusan, karena transaksi saat ini dapat dilakukan antara penjual dan pembeli dalam tempat yang berbeda.

Keberadaan, pasar merupakan sesuatu yang penting dan tidak dapat dipungkiri keberadaannya sebagai tempat transaksi penjual (produsen) dan pembeli (konsumen). Dengan kebebasannya, setiap individu dapat melakukan tukar menukar barang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹² Dalam Al-Qur'an surat Al-Furqon ayat 20 Allah berfirman:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ
وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ ۗ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۗ
وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ﴿٢٠﴾

Artinya: “Dan Kami tidak mengutus Rasul-rasul sebelumnya, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan Kami jadikan sebahagian kamu cobaan bagi sebahagian yang lain. Maukah kamu bersabar?: dan adalah Tuhanmu Maha melihat.

¹¹ Kasmir, Kewirausahaan- Edisi Revisi, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 169

¹² N. Oneng Nurul Bariyah “Pasar Sarana Bisnis dan Perdagangan (Komparasi Ekonomi Islam dan Konvensional” Vol. 1 No. 2 Tahun 2011 ISSN 2088-1312, Hlm. 7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Pasar adalah tempat pembeli dan penjual bertemu dan kemampuan, tenaga kerja dan produk siap bergerak, dan ada pertukaran kebebasan properti. Menurut definisi kedua, pasar adalah jumlah dari semua permintaan pembeli potensial untuk barang atau jasa. Menurut definisi pertama, pertemuan pembeli dan penjual dengan fungsinya masing-masing merupakan kondisi dan sumber kekuatan yang dapat mempengaruhi harga. Istilah pasar dalam definisi selanjutnya sering diperjualbelikan dengan istilah bunga, bahkan dalam banyak hal digunakan bersama-sama sebagai kepentingan pasar.

Namun, kedua definisi ini dianggap terlalu sempit dan tidak memadai. Oleh karena itu, kami akan menggunakan definisi pasar yang lebih luas dari William J. Stanton, yang menyatakan bahwa pasar terdiri dari orang-orang yang ingin puas dan bersedia membelanjakan uang. Oleh karena itu, ada tiga aspek permintaan pasar yang harus diperhatikan. Ketiga aspek tersebut meliputi:

1. Orang dengan segala yang mereka inginkan.
2. Kemampuan mereka untuk membeli barang.
3. Apa yang mereka lakukan dengan pembelian mereka¹³.

Pusat dan ciri utama dari hubungan pertukaran yang menyatukan kehidupan ekonomi adalah pasar, yang merupakan tempat interaksi penjual dan pembeli. Ada tiga komponen yang diwaspadai, yaitu: barang atau jasa, penjual, dan pembeli yang keberadaannya tidak dapat dipisahkan. Kesepakatan jual beli dibuat saat penjual dan pembeli bertemu, namun tidak semua orang yang memasuki pasar akan membeli sesuatu. Beberapa orang pergi ke pasar hanya untuk bermain atau bertemu seseorang untuk mendapatkan informasi.¹⁴

b. Fungsi Pasar

Pasar mempunyai lima fungsi utama. Kelima fungsi ini menunjukkan pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh setiap

¹³ Basu Swastha, Azas-azas Marketing, Liberty, Yogyakarta, 2002, hlm. 50-51

¹⁴ Nyoman Suartha, Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan (Studi Kasus di Kabupaten Gianyar), Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016, hlm. 8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



sistem ekonomi. Dalam sistem ekonomi persaingan bebas (free enterprise capitalism), di lain pihak pasarlah menjawab semua pertanyaan-pertanyaan tersebut. Di lain pihak dalam sistem ekonomi komunis (communism) tersebut dijawab oleh para perencana negara (planners). Fungsi-fungsi tersebut adalah:

Pertama, pasar menetapkan nilai (sets value). Dalam ekonomi pasar, harga merupakan ukuran nilai. Fungsi ini memecahkan masalah penentuan apa yang harus diproduksi oleh suatu perekonomian. Barang yang relatif lebih diinginkan oleh masyarakat mempunyai tingkat harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan barang yang tidak diinginkan masyarakat. Produsen yang menghasilkan barang yang lebih diinginkan masyarakat akan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Akibatnya produsen tersebut akan terangsang untuk memperbesar produksinya, dan juga mendorong produsenprodusen baru untuk menghasilkan barang tersebut jadi gerak kekuatan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar menentukan tingkat harga barang. Sedang gerak harga-harga itu sendiri untuk selanjutnya menentukan apa dan berapa jumlah macam barang diproduksi dalam suatu perekonomian.

Kedua, pasar mengorganisasikan produksi. Dengan adanya harga-harga faktor produksi di pasar, maka akan mendorong produsen (entrepreneur) memilih metode produksi yang paling efisien. Dalam ilmu ekonomi dianggap bahwa antara faktor-faktor produksi selalu mempunyai kemungkinan substitusi. Bila harga suatu faktor produksi mengalami kenaikan di pasar, maka produsen akan berusaha mengadakan penghematan penggunaan factor produksi tersebut dan mencoba menggantinya dengan faktor produksi pengganti yang lain yang harganya relatif lebih murah. Jadi fungsi pasar yang kedua ini memecahkan masalah bagaimana cara menghasilkan barang.

Ketiga, pasar mendistribusikan barang. Hal ini menyangkut pertanyaan untuk siapa barang dihasilkan. Kemampuan seseorang untuk membeli barang tergantung pada pendapatannya. Pendapatan seseorang di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



samping tergantung pada berapa unit jumlah faktor produksi yang dimiliki juga tingkat harga faktor produksi tersebut di pasar. Pola distribusi pendapatan bersama-sama dengan tingkat harga barang di pasar akan menentukan pola distribusi barang dalam suatu masyarakat. Dengan menganggap pola pemilikan faktor produksi (resource endowment) dari suatu masyarakat pada suatu saat tertentu bentuknya, maka gerakan harga barang dan faktor produksi akan menentukan distribusi barang yang diproduksi kepada para warga masyarakat.

Keempat, pasar berfungsi menyelenggarakan penjatahan (rationing). Penjatahan adalah inti dari adanya harga. Karena jumlah produksi yang tersedia dalam masyarakat untuk jangka waktu tertentu terbatas jumlahnya, maka jumlah tersebut haruslah dibagi-bagi sehingga dapat “cukup” dalam jangka waktu tertentu itu. Barang yang jumlahnya relatif sedikit di dalam suatu perekonomian, maka tingkat harga barang tersebut di pasar tinggi. Tingginya tingkat harga barang tersebut akan membatasi tingkat konsumsi sekarang.

Kelima, pasar mempertahankan dan menyediakan barang dan jasa untuk yang akan datang. Tabungan (saving) dan investasi (investment) semuanya terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian.

c. Pasar Online (Marketplace)

Tempat berkumpulnya penjual dan pembeli dalam sebuah website adalah mall atau marketplace online. Oleh karena itu, pasar online dapat disamakan dengan pasar atau pusat perbelanjaan kontemporer di dunia nyata. Pembayaran dan pengiriman diintegrasikan ke dalam pasar, membuatnya mudah untuk melacak transaksi. Model pasar online atau marketplace dapat ditemukan di situs bisnis online domestik dan internasional seperti Tokopedia.com, Plasa.com, BliBli.com, Multily.com, dan Alibaba, serta situs internasional seperti Ebay dan Q10.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai bahan dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



d. Pengertian Jual Beli Online

Kegiatan jual beli online saat ini semakin marak, apalagi situs yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online ini semakin baik dan beragam. Namun, seperti yang kita ketahui bahwa dalam sistem jual beli online produk yang ditawarkan hanya berupa penjelasan spesifikasi barang dan gambar yang tidak bisa dijamin kebenarannya. Untuk itu sebagai pembeli, maka sangat penting untuk mencari tahu kebenaran apakah barang yang ingin dibeli itu sudah sesuai atau tidak.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.

Menurut Rahmat Syafe'i, secara bahasa jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata Online terdiri dari dua kata, yaitu On (Inggris) yang berarti hidup atau didalam, dan Line (Inggris) yang berarti garis, lintasan, saluran atau jaringan.

Secara bahasa online bisa diartikan “didalam jaringan” atau dalam koneksi. Online adalah keadaan terkoneksi dengan jaringan internet. Dalam keadaan online, kita dapat melakukan kegiatan secara aktif sehingga dapat menjalin komunikasi, baik komunikasi satu arah seperti membaca berita dan artikel dalam website maupun komunikasi dua arah seperti chatting dan saling berkirim email. Online bisa diartikan sebagai keadaan dimana sedang menggunakan jaringan, satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi.

Dari pengertian-pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli online adalah persetujuan saling mengikat melalui internet antara penjual sebagai pihak yang menjual barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual. Jual beli secara online menerapkan sistem jual beli di internet. Tidak ada kontak secara langsung antara penjual dan pembeli. Jual beli dilakukan melalui suatu jaringan yang terkoneksi dengan menggunakan handphone, komputer, tablet, dan lain-lain.¹⁵

¹⁵ Republik Indonesia, Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Bab I, Pasal 1, angka 2.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



e. Proses Transaksi Jual Beli Online

Proses bisnis pertama di dalam sistem e-commerce ini dinamakan information sharing. Dalam proses ini, prinsip penjual adalah mencari dan menjaring calon pembeli sebanyak-banyaknya, sementara prinsip pembeli adalah berusaha sedapat mungkin mencari produk atau jasa yang diinginkan dan mencoba untuk mencari tahu penilaian orang lain terhadap produk atau jasa tersebut.

Setelah aktivitas tukar menukar informasi dilakukan, proses bisnis selanjutnya adalah melakukan pemesanan produk atau jasa secara elektronik. Dua pihak yang bertransaksi haruslah melakukan aktivitas perjanjian tertentu sehingga proses pembelian dapat dilakukan dengan sah, benar, dan aman.

Pembelian antara dua entitas bisnis biasanya dilakukan melalui jaringan tertentu, seperti EDI (Electronic Data Interchange) atau ekstranet. Di dalam proses bisnis ini, ada empat aliran entitas yang harus dikelola dengan baik, yaitu:

- a. Flow of goods (aliran produk);
- b. Flow of information (aliran informasi);
- c. Flow of money (aliran uang);
- d. Flow of documents (aliran dokumen).

Fasilitas e-commerce yang ada harus dapat menyinkronisasikan keempat aliran tersebut sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara efisien, efektif, dan terkontrol dengan baik. Setelah transaksi usai dilakukan dan produk telah didistribusikan ke tangan konsumen, barulah proses terakhir, yaitu aktivitas purnajual, dijalankan. Pada tahapan ini penjual dan pembeli melakukan berbagai aktivitas atau komunikasi, seperti:

- a. Keluhan terhadap kualitas produk;
- b. Pertanyaan atau permintaan informasi mengenai produk-produk lain;
- c. Pemberitahuan akan produk-produk baru yang ditawarkan;
- d. Diskusi mengenai cara menggunakan produk dengan baik;
- e. Dan sebagainya.

Target dari interaksi ini adalah agar di kemudian hari terjadi kembali transaksi bisnis antara kedua pihak yang didasari pada kepuasan pelanggan. Ada dua hal utama yang biasa dilakukan oleh customers di dunia maya (arena transaksi yang terbentuk karena adanya jaringan internet).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui website-nya (online ads). Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan sehubungan dengan proses transaksi jual beli yang akan dilakukan. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan cara melakukan pemesanan secara elektronik (online orders), yaitu dengan menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet. Berdasarkan pesanan tersebut, merchant akan mendistribusikan barangnya kepada customer melalui dua jalur.

Bagi perusahaan yang melibatkan barang secara fisik, perusahaan akan mengirimkannya melalui kurir ke tempat pemesan berada. Jalur kedua adalah jalur yang menarik karena disediakan bagi produk atau jasa yang dapat didigitalisasi (diubah menjadi sinyal digital). Produk-produk yang semacam teks, gambar, video, dan audio secara fisik tidak perlu lagi dikirimkan, namun dapat disampaikan melalui jalur internet, contohnya electronic newspapers, digital library, virtual school dan sebagainya.¹⁶

f. Web Pasar Online (Pasar.id)

Pedagang pasar tradisional masih dihimbau Bank BRI (BBRI) untuk beradaptasi dengan normal baru yang diterapkan pemerintah saat ini. Salah satu cara yang dilakukan BBRI adalah dengan mendorong transaksi jual beli secara virtual dengan pembeli melalui kanal platform online seperti Pasar.id. Peluncuran Pasar.id kembali tercermin dalam rangkaian kegiatan BRI UMKM EXPO(RT) BRILIAN PRENEUER 2020 yang akan berlangsung di Jakarta pada tanggal 1 hingga 15 Desember dan puncaknya pada tanggal 10 hingga 13 Desember 2020. Pasar.id adalah Satu lompatan lagi dari Bank BRI dalam mendigitalisasikan pertukaran pasar konvensional, khususnya dengan bekerja sama dengan semua broker pasar di Indonesia untuk melakukan latihan perdagangan di web. Pembeli dapat menjangkau penjual dan pembeli secara virtual melalui domain web pasar.id dan menentukan pasar tujuan yang akan dijangkau daripada

¹⁶ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam* (Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI UII, 2004), 28.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

bertemu langsung di lokasi pasar tradisional tempat para pedagang berjualan.

Pasar.id menawarkan opsi transaksional yang praktis dan efisien kepada pembeli dan penjual. Pedagang sudah bisa bergabung dan memanfaatkan fasilitas pasar virtual di domain pasar web dengan menjadi nasabah BRI. Setelah itu, pedagang bisa terhubung dengan pembeli.

Padahal, tujuan utama BRI adalah memberikan layanan perbankan yang menyeluruh kepada para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya para pedagang kecil yang tersebar di seluruh pasar Indonesia. Lebih dari 108.582 pedagang telah bergabung dengan area web pasar.id selama sisa November 2020. Sejak diluncurkan pertama kali pada pertengahan Juni 2020, 893.197 transaksi telah berhasil diselesaikan di 4.547 pasar.

Fokus BRI untuk terus meningkatkan engagement antara BRI dengan UMKM serta membangun ekosistem pasar digital antara pembeli yang menggunakan berbagai produk UMKM dan penjual ditunjukkan dengan implementasi web market melalui Pasar.id. BRI telah berhasil mengimplementasikan prototipe web market di sejumlah pasar tradisional utama Indonesia, antara lain Pasar Induk Klaten, Pasar Dinoyo Malang, Pasar Ikan Hias Parung Bogor, dan Pasar Bahaur Kalimantan Tengah.

g. Pandangan islam Tentang bisnis online (website)

Cara hukum Islam memandang website dan bisnis online menunjukkan perkembangannya yang pesat saat ini. Situs web adalah suatu sistem yang dirancang untuk membuat bisnis lebih efisien dan efektif dengan menggunakan teknologi informasi (internet) untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan dan informasi serta memangkas biaya yang tidak diperlukan. Hal ini memungkinkan harga barang dan informasi ini dipotong tanpa mengorbankan kualitas. Cara paling umum dalam menjalankan situs (bisnis berbasis web) telah berjalan sesuai dengan elemen dan peningkatan inovasi TI

Melanjutkan pekerjaan adalah gerakan yang disarankan dengan penuh semangat dalam pelajaran Islam. Bahkan, Rasulullah SAW sendiri telah menyatakan bahwa perdagangan adalah pintu yang terbuka sembilan dari sepuluh pintu rezeki (al-hadits). Artinya, rahmat Allah akan memancar dari jalur perdagangan ini karena akan membuka pintu rezeki.

Berdagang adalah sesuatu yang boleh (QS 2: 275), asalkan dilakukan dengan benar dan sesuai dengan ajaran Islam.

الشَّيْطَانُ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ
 الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ الْمَسِّ مِنَ
 عَادَ وَمَنْ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَلَهُ فَانْتَهَى رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ فَمَنْ
 خَلِدُونَ فِيهَا هُمْ النَّارِ أَصْحَابُ فَأُولَئِكَ

Artinya: *orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat)¹⁷,*

Riba datang dalam dua bentuk: Fadhl dan Nasiah. Pembayaran tambahan yang diminta pemberi pinjaman disebut riba nasiah. Riba Fadhl adalah penukaran suatu barang dengan barang lain yang serupa dengannya, tetapi jumlahnya lebih tinggi karena orang yang menukarnya membutuhkannya, seperti emas dengan emas atau padi dengan padi, dsb. Masyarakat pada masa jahiliyah, adalah riba yang dimaksud dalam ayat ini. Yaitu: orang yang mengambil Riba tidak tenang jiwanya seperti orang yang digerakkan oleh setan. Riba yang telah diambil (dikumpulkan) sebelum terungkapnya bagian ini tidak boleh dikembalikan.

Proposal tersebut dimaksudkan untuk transaksi offline. Nah, di akhir era ini, apa yang akan terjadi dengan transaksi online? Ada banyak jenis bisnis online yang bisa dipilih. Namun, umumnya mengacu pada pembelian

dan penjualan barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya internet atau online.

Mengenai barang, jasa, dan informasi yang sering diminati oleh pengunjung website (e-commerce), sedangkan metode pembayaran yang sering digunakan pengguna menggunakan uang tunai digital, kartu kredit, dan rekening dengan rekening. Mereka umumnya menegaskan bahwa transaksi online aman selama hati-hati dan pemilihan toko online terkemuka dilakukan dengan hati-hati. Sejumlah informan mengaku mengalami kesulitan karena kurangnya pemahaman tentang sistem transaksi e-commerce website tersebut.

Menurut para ahli hukum Islam seperti Syatibi dalam teori maqasid al-Syariah, ibn Qayim al-jauziy dalam teori perubahan, al-Ghazali dalam teori masalah mursalah, dan lowrance dalam teori perubahan, saat ini telah terjadi ijtihad ke menentukan/menghasut perumusan hukum bagi website yang halal atau mubah menurut syariat Islam karena tidak ada dalil yang menunjukkan Selain itu dilarang jika bertentangan dengan nilai-nilai normatif (nilai moral dan sosial, Sunnah, dan Al Quran).¹⁸.

3. Minat Pengguna

a. Pengertian Minat

Seseorang yang berminat atau memiliki minat terhadap suatu aktifitas akan memperhatikan aktifitas tersebut secara konsisten dengan rasa senang karena hal tersebut datang dari dalam diri seseorang tersebut berdasarkan rasa suka dan tidak ada paksaan dari pihak luar. Dengan kata lain, minat merupakan suatu rasa kesukaan dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang memaksa. Hal tersebut dapat juga timbul karena adanya kecenderungan sifat yang timbul dari pengalaman seseorang yang akhirnya mendorong seseorang atau individu tersebut untuk mencari keterangan atau fakta-fakta dari sebuah objek, aktivitas atau kegiatan, pemahaman, skill, tujuan perhatian yang murni merupakan

¹⁸ Mishabuddin, E-Commerce dan Hukum Islam, (Makassar: alauddin University Press, 2012), h. 1-2

keinginan dari diri orang tersebut, untuk mahir, memperoleh informasi, hingga minat yang dalam penelitian ini timbul karena adanya keinginan untuk berbelanja online.

Menyimak pendapat dari seorang ahli di atas, dapat diketahui bahwa ciri- ciri adanya minat pada seseorang, antara lain: adanya perasaan senang, adanya perhatian, adanya aktivitas yang merupakan akibat dari rasa senang dan perhatian. Maka dapat disimpulkan bahwa minat adalah bagian dari aspek psikis yang dimiliki seseorang, yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu yang mampu mempengaruhi tindakan orang tersebut. Minat mempunyai kaitan yang erat dengan dorongan dari dalam diri individu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi atau terlibat pada sesuatu yang diminatinya. Seseorang yang berminat pada suatu obyek maka akan merasa senang bila berkecimpung di dalam obyek tersebut sehingga cenderung akan memberikan perhatian yang besar terhadap obyek.

Faktor-faktor Minat Pengguna

Menurut kotler & keller minat adalah perilaku pelanggan yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

a. Faktor Keinginan

Merupakan rangsangan yang datang dari lingkungan yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang yang menimbulkan minat. Dalam hal ini seseorang mempunyai hasrat untuk menjadi konsumen website “pasar.id”.

b. Faktor Keyakinan

Minat seseorang terhadap obyek atau suatu hal, yang dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan dipengaruhi oleh sesuatu yang ingin dicapainya dan di yakinkannya

c. Faktor Ketertarikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Faktor ketertarikan mempunyai pengaruh terhadap subyek, misalnya: Bagi seorang wanita terutama wanita karir, bahan pokok adalah hal utama yang harus diperhatikannya. Di zaman maju seperti ini, media berbelanja online melalui internet yang aman dan nyaman menjadi incarannya. Sebab, kapan lagi seseorang individu dapat tetap berbelanja meski dia tengah sibuk disela waktu dan tuntutan pekerjaannya yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya website “*pasar.id*” yang menjadi sebuah perusahaan online dengan reputasi terpercaya menurut dinas DISPERINDAG yang membangkitkan perasaan lega, senang, dan dapat menambah semangat bahkan kuatnya minat untuk melakukan kegiatan belanja online.

1. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Memutuskan berarti memilih salah satu dari dua atau lebih alternatif. Pembuatan keputusan konsumen sebenarnya merupakan suatu aliran interaksi (stream interaction) antara proses faktor lingkungan, kognitif, afektif dan tindakan perilaku. Proses kunci didalam pembuatan keputusan konsumen adalah proses intregasi dengan mana pengetahuan dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif perilaku kemudian memilih satu¹⁹.

Proses pengintegrasian pengetahuan dan sikap untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya dikenal sebagai keputusan pembelian. Handoko mendefinisikan keputusan pembelian sebagai pendekatan pemecahan masalah terhadap aktivitas manusia, yang meliputi pengenalan kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif pembelian, dan bertindak setelah melakukan pembelian.²⁰

Dapat ditarik kesimpulan bahwa tindakan konsumen menentukan dibeli atau tidaknya suatu produk. Pelanggan biasanya selalu

¹⁹ Kotler, Philip & Keller, *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 211.

²⁰ Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 15.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



mempertimbangkan harga, kualitas, dan produk yang dikenal masyarakat umum saat membuat keputusan pembelian. Karena konsumen percaya bahwa harga dan kualitas suatu produk memiliki hubungan yang positif, mereka akan terlebih dahulu membandingkan produk sebelum mengambil keputusan pembelian.

Mempelajari perilaku konsumen sebagai manifestasi dari seluruh aktivitas sehari-hari jiwa manusia sangat penting untuk mengenal pelanggan. Tindakan yang dilakukan individu, kelompok, atau organisasi sehubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk memperoleh atau menggunakan barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan dikenal sebagai perilaku konsumen.

b. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam

Hadits dan Al-Qur'an memberikan petunjuk yang sangat jelas tentang cara berkonsumsi untuk mengarahkan perilaku konsumsi masyarakat dan mencegah mereka menunjukkan sifat-sifat yang merendahkan sebagai akibatnya. Perilaku pemanfaatan yang sesuai dengan pengaturan Allah dan Kurir-Nya akan menjamin keberadaan manusia yang adil dan makmur di dunia ini dan akhirat²¹. Menurut Islam, tujuan konsumsi bukan hanya untuk merasa puas dengan barang (utilitas), tetapi juga untuk mencapai kepuasan sejati—kepuasan dunia dan akhirat—yang lengkap dan menyeluruh.

Kepuasan bukan hanya tentang materi; ini juga tentang ruhiyah, yang berarti spiritualitas. Anda tidak bisa puas dengan konsumsi sesuatu yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, dalam ekonomi Islam, konsumen yang rasional adalah mereka yang mampu memadukan tindakannya sedemikian rupa sehingga memaksimalkan kepuasan sesuai dengan norma Islam, yang disebut juga dengan masalah. Oleh karena itu, konsumen Muslim berusaha memaksimalkan masalah daripada memaksimalkan utilitas.

²¹Mohamad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2010), hlm. 229.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Maslahah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung prinsip dan tujuan dasar kehidupan manusia. Menurutnya, ada lima landasan: jiwa atau jiwa (al-nafs), harta benda (al-mal), keyakinan (al-din), akal (al-aql), dan keluarga (al-nasl). Maslahah mengacu pada semua barang dan jasa yang membantu setiap orang mencapai dan mempertahankan lima elemen dasar yang tercantum di atas.²²

c. Indikator Keputusan Pembelian Produk

Terdapat indikator dari keputusan pembelian, menurut kotler²³ yaitu:

1. Kestabilan suatu produk didasarkan pada fakta bahwa kualitas produk yang prima mendorong kepuasan pelanggan dan membangun kepercayaan konsumen.
2. Memiliki pola pembelian suatu produk berarti melakukan hal yang sama berulang kali.
3. Memberikan sesuatu yang dapat dipercaya kepada orang lain juga dapat diartikan sebagai menyarankan, mengajak mereka untuk bergabung, atau merekomendasikan suatu perintah.
4. Seseorang yang membeli barang atau jasa satu kali dan kemudian memutuskan untuk membelinya lagi dikatakan telah melakukan pembelian berulang, dan pembelian kedua disebut sebagai pembelian berulang.

d. Tahap-tahap Keputusan Pembelian Produk

Niat beli awal, yang mengukur kecenderungan pelanggan untuk melakukan tindakan tertentu terhadap produk secara keseluruhan, termasuk dalam tahap evaluasi alternatif dan keputusan pembelian. Tahapan untuk sampai pada pilihan pembelian dibantu oleh pembeli

²² Hendra Riofita, *Sistem Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Pt Sutra Benta Perkasa, 2013), hlm.

²³ Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi10*, (Jakarta: PT. Prebalindo, 2008), hlm. 222.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



melalui beberapa tahapan, dalam siklus dinamika pembelian terdapat tahapan interaksi pilihan pembelian, di bawah ini:

1. Mengeluarkan pengakuan
Sistem pembelian dimulai dengan ID masalah atau kebutuhan. Pelanggan akan dapat membedakan antara persyaratan yang harus segera dipenuhi dan yang dapat dipenuhi kemudian jika persyaratan tersebut diketahui. Maka pada tahap inilah sistem pembelian dimulai.
2. Pencarian informasi Pelanggan yang menyadari kebutuhannya mungkin atau mungkin tidak mencari informasi tambahan jika kebutuhannya kuat; jika kebutuhannya tidak kuat, kebutuhan pelanggan hanya akan menjadi kenangan. Pelanggan dapat melakukan pencarian tambahan atau secara aktif segera mencari informasi yang berkaitan dengan persyaratan ini.
3. Evaluasi merek-merek alternatif Setelah mengumpulkan sebanyak mungkin informasi, konsumen menggunakan informasi tersebut untuk membandingkan dan mengontraskan sejumlah merek alternatif dalam pengaturan pilihan tunggal.
4. Keputusan untuk membeli Jika pembeli memutuskan untuk membeli, mereka harus membuat sejumlah pilihan tentang apa yang akan dibeli, kapan membeli, dan bagaimana cara membeli. Pelanggan benar-benar membeli produk pada saat ini.
5. Perilaku setelah pembelian Mengikuti pembelian suatu produk, pelanggan akan merasa puas atau tidak puas dalam berbagai cara. Pemasar akan tertarik dengan partisipasi pelanggan ini dalam aktivitas setelah pembelian dan diskon produk. Peran pemasar tidak berakhir saat sebuah produk dibeli; sebaliknya, itu berlanjut sepanjang waktu setelah pembelian. Cara pelanggan membuat keputusan sangat berbeda. bervariasi sesuai dengan jenis keputusan pembelian.

e. Produk

Produk adalah sesuatu yang rumit yang dapat disentuh atau tidak disentuh. Ini mencakup pengemasan, harga, prestise perusahaan, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



layanan yang diterima pembeli untuk memenuhi kebutuhan mereka. Produk itu sendiri kemudian dipecah menjadi dua kategori: jasa dan barang. Sementara barang dapat dilihat dan dirasakan (tangible), produk jasa hanya dapat dirasakan (intangible).²⁴ Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat dijual ke pasar untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.²⁵

Klasifikasi Produk dibagi menjadi beberapa kelompok, seperti:

1. Produk berdasarkan ketahanannya (Durability) dan Keberwujudannya (Tangibility)
 - a. Barang-barang yang tidak tahan lama (nondurable goods) adalah barang-barang yang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti sabun, pasta gigi, makanan, soft drink dan lain-lain.
 - b. Barang tahan lama (durable goods) adalah barang-barang berwujud yang biasanya dapat digunakan untuk waktu yang lama, seperti lemari pendingin, mesin foto copy, pakaian dan lain-lain.
 - c. Jasa (services) adalah produk yang tidak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi dan dapat musnah, seperti salon, nasihat hukum dan perbaikan peralatan.
2. Produk Konsumen
 - a. Barang sehari-hari (convenience goods), konsumen biasanya sering membeli barang sehari-hari dengan segera dan usaha minimum, misalnya makanan, minuman, dan sebagainya.
 - b. Barang belanja (shopping goods), adalah barang yang secara karakteristik dibandingkan oleh konsumen berdasarkan kecocokan, kualitas, harga dan gaya. Misalnya pakaian, sepatu, kosmetik dan sebagainya.

²⁴ Arief Rakhman Kurniawan, Total Marketing, (Yogyakarta:Kobis, 2014), hlm. 18

²⁵ Danang Sunyoto, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm.



- c. Barang khusus (specialty goods), mempunyai karakteristik atau identifikasi merek yang unik dimana ada cukup pembeli yang bersedia melakukan usaha pembelian khusus. Misalnya sepeda motor, mobil, handphone mewah dan sebagainya.
 - d. Barang yang tidak dicari (unsought goods), adalah barang yang tidak dikenal konsumen atau biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli.
3. Produk Industri
- a. Bahan dan suku cadang (materials and parts) adalah barang yang seluruhnya menjadi bagian dari produk produsen. Misalnya produk dari hasil pertanian yaitu kapas, gandum, beras dan sebagainya.
 - b. Barang modal (capital items) adalah barang tahan lama yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi. Misalnya bangunan pada instalasi pabrik yaitu kantor, tempat bangunan produksi, mesin produksi dan sebagainya.
 - c. Layanan bisnis dan pasokan (supplies and business service) adalah barang dan jasa jangka pendek yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi. Misalnya supplies, yaitu suatu perlengkapan dalam operasi produksi. Contohnya pelumas mesin, bahan bakar mesin, alat tulis dan sebagainya.²⁶

B. Studi Relevan

Tinjauan pustaka merupakan pendukung yang berkaitan dengan konsep, teori atau data temuan hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan yang mendasari penelitian yang sedang dijalankan.

Berdasarkan hasil penelusuran peneliti terhadap beberapa literatur terdahulu, maka peneliti menemukan adanya beberapa referensi yang dapat

²⁶ Philip kotler, Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Ke – 13, (Jakarta:Erlangga, 2008).
Hlm. 4-7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

menunjang penelitian ini untuk dapat ditindak lanjut. Kemudian dari literatur-literatur yang penulis temukan, terdapat titik persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Letak persamaan dan perbedaan literatur-literatur tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Studi Relevan

No	Nama/Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Stefanie Dwipuspita, Slamet Mulyana, Funny Mustikasari Elita (2019). ²⁷	Pengaruh Penggunaan Website terhadap Keputusan Pembelian	Hasil menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan website www.korz.co.id terhadap keputusan pembelian member KORZ online dimana hubungan tersebut termasuk hubungan yang positif. Hasil secara parsial bahwa ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan dan tampilan website www.korz.co.id dengan keputusan pembelian member KORZ online. Isi pesan website www.korz.co.id tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel yang paling berpengaruh yakni variabel intensitas penggunaan. Hasil ini yaitu terdapat pengaruh lain di luar variabel intensitas penggunaan, isi pesan, dan tampilan. Kesimpulan menunjukkan bahwa semakin baik atau tinggi penggunaan

²⁷ Stefanie Dwipuspita, Slamet Mulyana, Funny Mustikasari Elita, *Pengaruh Penggunaan Website terhadap Keputusan Pembelian*, E-jurnal mahasiswa universitas Padjadjaran Vol 1. No 1 (2017). hlm. 1

			<p>website www.korz.co.id maka semakin tinggi pula keputusan pembelian yang dibuat member KORZ online.</p> <p>Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan variabel web pasar online dengan melihat kemudahan dan tampilan website yang mempengaruhi keputusan pembelian</p>
2	Joko Samodra, Andreas Syah Pahlevi, Yon Ade Lose Hermanto (2019). ²⁸	Pasar Desa Digital Berbasis Web Sebagai Media Promosi Bagi UMKM,	<p>Hasil pengembangan dan evaluasi kegiatan dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dalam hal pembuatan, pemanfaatan media berbasis web dengan indikator telah terwujudnya media online dan sekaligus diuji coba untuk kegiatan promosi dan pemasaran produk mereka</p> <p>perbedaan : dalam penelitian ini ingin melihat pengaruh website sebagai media promosi sedangkan peneliti ingin menguji pengaruh website terhadap keputusan pembelian</p>
3	Sepriadi	Pengaruh Kualitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

²⁸ Joko Samodra, Andreas Syah Pahlevi, Yon Ade Lose Hermanto “*Pasar Desa Digital Berbasis Web Sebagai Media Promosi Bagi UMKM*”, Jurnal Karinov Vol. 2 No. 3 (2019). hlm. 177–180

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



	Solihin dan Saefudin Zuhdi (2017). ²⁹	Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Eigerindostore.com	(1) Variable kualitas website mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Variable kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) kualitas website dan kemudahan penggunaan secara Bersama-sama Memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian
4	Nikmah Amalia Harahap dan Malika Callista Lubis (2023). ³⁰	Pengaruh Penggunaan Situs Jual Beli Online Terhadap Minat Masyarakat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan situs jual beli online sangat berpengaruh dari penggunaan jual beli online terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Beberapa pengaruh dari penggunaan situs jual beli online terhadap minat masyarakat adalah kemudahan dan kenyamanan berbelanja, dengan pengaruh-pengaruh tersebut, tidak heran jika minat masyarakat untuk menggunakan situs jual beli online semakin meningkat dari waktu ke waktu.

²⁹ Sepriadi Solihin dan Saefudin Zuhdi “Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Eigerindostore.com”, Jurnal Informatika Kesatuan Vol. 1 No. 1, 2021 page. 13-22

³⁰ Nikmah Amalia Harahap, Malika Callista Lubis. *Pengaruh Penggunaan Situs Jual Beli Online Terhadap Minat Masyarakat*. Jurnal Akuntansi Syari’ah, E-ISSN : 2962-7095, Vol. 2 Issue Juni 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



5	Harry Jundrio, Keni Keni (2020) ³¹ .	Pengaruh Website Quality, Website Reputation Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pada Perusahahaan E-Commerce	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan dipersepsikan sebagai website/aplikasi dengan risiko netral, sehingga persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kualitas website dan reputasi website untuk meningkatkan minat beli pengunjung. Dan dikarenakan perusahaan adalah platform e-commerce yang bekerja sama dengan penjual dan kurir pihak ketiga, maka perusahaaa agar menetapkan peraturan yang tegas untuk menjamin potensi risiko yang minimal pada saat transaksi.
---	---	--	---

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu masih sedikitnya referensi tentang penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti mulai dari variabel yang berbeda dari penelitian terdahulu dan metode penelitian yang digunakan juga tidak memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu.

1. Variabel

Variabel X didalam penelitian ini yaitu Web Pasar Online dan Minat Keputusan Pembelian sebagai variabel Y.

2. Lokasi

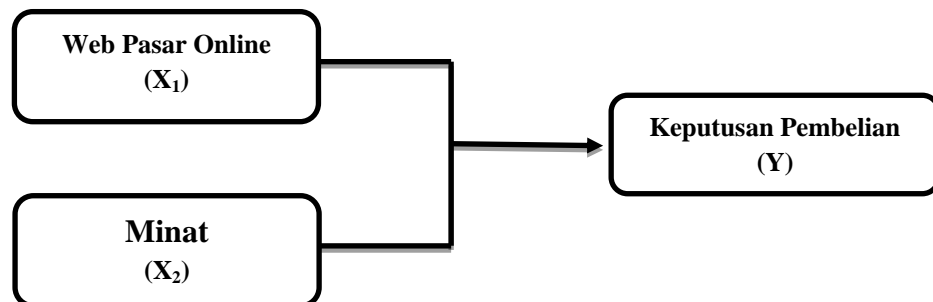
³¹ Harry Jundrio, Keni Keni. Pengaruh Website Quality, Website Reputation Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pada Perusahahaan E-Commerce. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol. 4, No. 2, Oktober 2020 : hlm 229-239

Penelitian ini menggunakan lokasi di Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian.

C. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini penulis mengambil 2 variabel independen (X) yaitu Web Pasar Online dan Minat, variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian masyarakat:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Ket

X_1 = Web Pasar Online

X_2 = Minat

Y = Keputusan Pembelian

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari kata “ hypo “ yang berarti “ dibawah “ dan “ thesa “ yang berarti “ kebenaran “. Hipotesis dapat di definisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya atau merupakan satu jawaban

sementara atas pertanyaan penelitian.³² Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H_a = Ada pengaruh yang signifikan antara variable web pasar, minat terhadap keputusan pembelian masyarakat.
- H_o = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel web pasar, minat terhadap keputusan pembelian masyarakat.
- H_{a1} = Ada pengaruh yang signifikan antara variabel web pasar terhadap keputusan pembelian masyarakat.
- H_{o1} = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel web pasar terhadap keputusan pembelian masyarakat.
- H_{a2} = Ada pengaruh yang signifikan antara variabel minat terhadap keputusan pembelian masyarakat.
- H_{o2} = tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel minat terhadap keputusan pembelian masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



³² Nanang martono, *metode penelitian kuantitatif*, (jakarta: PT. Rajagrafindo P)

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Siyoto dan Sodik penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data. Penelitian kuantitatif menekankan analisis pada data numerik (angka) yang kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai. Penelitian kuantitatif biasanya digunakan dalam penelitian inferensial untuk menguji hipotesis. Hasil uji statistik dapat menyajikan signifikansi hubungan yang dicari. Sehingga, arah hubungan yang diperoleh bergantung pada hipotesis dan hasil uji statistik, bukan logika ilmiah.³³

Penelitian kuantitatif induktif atau sama dengan metode tradisional karena penggunaan yang sudah cukup lama dan menjadi tradisi sebagai metode penelitian. Metode ini biasanya disebut metode positivisme karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini juga disebut sebagai metode discovery karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Sedangkan metode deskriptif sendiri merupakan pencarian fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.³⁴

B. Lokasi dan waktu Penelitian

Daerah penelitian adalah tempat atau obyek untuk memimpin suatu penjelajahan. Pasar Keramat Tinggi di Kecamatan Muara Bulian Provinsi Jambi menjadi lokasi penelitian. Lokasi penelitian dipilih oleh peneliti karena pada saat pandemi melanda, masyarakat kesulitan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena dilarang melakukan kegiatan sosial yang melibatkan kerumunan besar (social distancing), yang berarti bahwa kegiatan jual beli di pasar dilarang. Akibatnya, perekonomian sangat terpuruk, dan sebagai upaya

³³ Hardika dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020). Hlm 238-239.

³⁴ Hardani dkk, "Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif," 2020. Hlm. 239.

mengatasinya, pemenuhan kebutuhan digencarkan secara online. WEB Pasar Online dikembangkan oleh Bank bri bersamaan dengan program ID market untuk memudahkan belanja online kebutuhan sehari-hari. Alhasil, terbentuklah web pasar online yang sangat sakral untuk mendukung program normal baru atau new normal pemerintah dan transaksi online. Jangka Waktu Penelitian Penelitian ini berlangsung selama tiga bulan, mulai Juni 2022 sampai dengan Agustus 2022.

C. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data kuantitatif adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang berbentuk angka (scoring) disebut data kuantitatif.³⁵ Oleh karena itu, data kuantitatif adalah data yang cenderung dianalisis dengan menggunakan metode statistik. Biasanya, alat pengumpul data dengan rentang skor atau pertanyaan berbobot sebagai jawabannya digunakan untuk mengumpulkan data, yang dapat berupa angka atau skor.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas dua, yaitu data primer dan data sekunder antara lain:

a. Data primer

Data yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner atau melalui wawancara penelitian dengan sumber atau objek dianggap sebagai data primer.³⁶ Dalam hal ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan data primer, yang kemudian diolah sendiri oleh peneliti. Responden penelitian ini adalah pembeli pasar online di Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian. Oleh karena itu peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data atau informasi yang sesuai dengan apa yang diamati dan dengan kenyataan.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 23.

³⁶ Ibid, hlm 07.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh langsung dari catatan, buku, majalah, laporan pemerintah, artikel, dan sumber lainnya disebut sebagai data sekunder³⁷. Data data sekunder ini tidak memerlukan pemrosesan tambahan. Hasil penelitian yang dipublikasikan sebelumnya tentang Pengaruh Web Pasar Online Keramat Tinggi Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Kajian Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian juga bersumber dari media offline (perpustakaan dan lain-lain) untuk data sekunder penelitian ini. dari media online, antara lain website resmi, e-book, dan e-journal.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari semua hasil perhitungan dan pengukuran kuantitatif dan kualitatif pada karakteristik tertentu dari kelompok objek yang lengkap dan berbeda. Atau, populasi dapat dianggap sebagai area generalisasi yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁸ Berdasarkan penelitian ini yang menjadi populasinya adalah Masyarakat di sekitar Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian

2. Sampel

Penulis mengambil sampel dalam penelitian ini adalah 80 konsumen di pasar keramat tinggi kecamatan muara bulian.

E. Metode Penarikan Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi jumlahnya lebih

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, cet-5, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 148.

³⁸ Husman Husaini dan Purnomo Setiadi, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), hlm. 79.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi





sedikit daripada jumlah populasinya.³⁹ Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan rumus Solvin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Presentasi ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan sekitar 10%.

Dengan jumlah populasi sebanyak 2.545 masyarakat, di pasar kramat tinggi kecamatan muara bulian maka penentuan besaran sampelnya dilakukan sebagai berikut:

$$d = \alpha (0,10) \text{ atau sampling error} = 10 \%$$

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\
 &= \frac{400}{1 + 400 (0,1)^2} \\
 &= \frac{400}{1 + 400 \times (0,01)} \\
 &= \frac{400}{1 + 4} \\
 &= \frac{400}{5} \\
 &= 80
 \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan perhitungan dari rumusan slovin tersebut, maka jumlah sampel yang akan penulis ambil dalam penelitian ini adalah 80 konsumen Di pasar keramat tinggi kecamatan muara bulian.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012) hlm. 118

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono menyatakan bahwa “instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”.

Dengan demikian, penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial

1. Kuesioner (angket).

Kata Latin untuk kuesioner adalah: kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan tentang topik tertentu yang diajukan kepada sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan data⁴⁰. Skala Likert digunakan dalam penelitian berbasis kuesioner. karena skala Likert terdiri dari beberapa item Responden hanya memberikan dukungan atau ketidakpuasan mereka terhadap hal-hal tersebut.

Sikap atau persepsi seseorang terhadap suatu pernyataan yang disajikan dalam bentuk kuesioner diukur dengan menggunakan skala Likert yang memiliki lima pilihan jawaban mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Setiap jawaban responden diberikan skor dengan interval, yaitu:

Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan data sekunder yang telah tersedia dalam perpustakaan, dari instansi yang diteliti atau dari tempat lain berupa dokumen-dokumen resmi

⁴⁰ A.Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: prenadamedia group, 2014), hlm. 25.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

seperti grafik dan arsip. Sementara data yang diperoleh dari sumber pustaka berupa bahan-bahan referensi, buku-buku, artikel dan sebagainya yang sesuai dengan masalah yang dikaji.

G. Definisi Operasional Variabel

Pengertian operasional variabel menurut Sugiyono adalah atribut, sifat, atau nilai seseorang, objek, atau kegiatan yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variable beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indicator
1.	Web Pasar Online (X)	Web Pasar Online merupakan salah satu terobosan baru dari Bank BRI dalam digitalisasi perdagangan pasar tradisional, yakni dengan memfasilitasi seluruh pedagang pasar di Indonesia untuk melakukan aktivitas jual beli secara daring. Penjual dan pembeli tidak perlu bertemu langsung di lokasi pasar tradisional tempat pedagang berjualan, melainkan dapat dijangkau secara virtual oleh pembeli melalui domain web pasar.id dan menunjuk pasar tujuan yang akan di jangkau	1.Kemudahan 2.Tampilan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunha Jambi

2.	Minat (X2)	Minat yang di maksud dalam penelitian ini adalah minat konsumen terhadap pengguna web pasar online.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan 2. Keinginan 3. Keyakinan
3	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk. 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang

H. Metode Analisis Data

Metode analisis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program spss (staticial package for social science). Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Pemeriksaan penjelasan adalah pengukuran yang digunakan dalam mengurai informasi dengan menggambarkan atau melukiskan informasi yang telah dikumpulkan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menyajikan ringkasan atau deskripsi data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum (minimum), maksimum (maximum), dan standar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambi



deviasi⁴¹. Oleh karena itu, analisis deskriptif adalah penggunaan statistika untuk menerjemahkan data menjadi informasi yang lebih mudah dipahami dan memberikan ringkasan penelitian berupa hubungan antar variabel bebas.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti.⁴² Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{XY} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N : Jumlah sampel

X : Skor butir soal

Y : Skor butir total

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan rumus *Korelasi Product Moment* dengan aplikasi SPSS. Dan pedoman pengambilan keputusan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu angket yaitu dengan membandingkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 5%. Instrument dikatakan valid:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka data tidak valid.

⁴¹ Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: E-NDIP, 2009), hlm. 45.

⁴² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 267.



b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan.⁴³ Pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 maka konstruksi tersebut reliabel. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa respons menunjukkan konsisten dalam memberikan jawaban untuk setiap indikator kuesioner.

3. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang diteliti memiliki kesalahan dari asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji keteraturan dalam tinjauan ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk setiap variabel. Dalam uji Kolmogorov-Smirnov penerapannya yaitu jika signifikansi dibawah 0.05, maka data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal buku dan dikatakan tidak terdistribusi normal, sedangkan apabila signifikansi diatas 0.05, maka data yang diuji tidak mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal buku maka dapat dikatakan terdistribusi normal.

2) Uji multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika dalam penelitian ditemukan korelasi antar variabel independen, maka adanya masalah multikolinieritas. Metode pengujian yang

⁴³ Sugiyono, *statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010). Hlm. 99.

digunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). multikolinieritas harus terlihat pada nilai VIF yaitu:

- a) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance variabel lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas.
- b) Jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai Tolerance variabel lebih kecil dari 0,10 maka terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian residu ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Model regresi yang baik tidak terjadinya heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah menggunakan Uji Glesjer. Uji Glesjer dilakukan dengan meregresi logaritma dari kuadrat residual hasil regresi awal dari variabel-variabel independennya. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$ maka menunjukkan adanya homoskedastisitas atau tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.⁴⁴

b. Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
 a = Konstanta
 b₁, b₂ = Koefisien Regresi
 X₁ = Web Pasar Online
 X₂ = Minat

⁴⁴ Imam Ghozali., “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2009). Hlm. 142.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

$$e = \text{Eror}$$

c. Uji Hipotesis

1) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Perumusan dari uji hipotesis adalah:

- a) Jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka **H₀** diterima dan **H_a** ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
- b) Jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka **H₀** ditolak dan **H_a** diterima, artinya ada pengaruh secara simultan.

d. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji makna dari setiap koefisien regresi untuk menentukan penting atau tidaknya pengaruh setiap variabel terikat (Y). uji T dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Perumusan dari uji ini adalah:

- a) **H₀** ditolak dan **H_a** diterima jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$
- b) **H₀** diterima dan **H_a** ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Pasar Keramat Tinggi Muara Bulian

Pasar Muara Bulian merupakan pusat perbelanjaan pasar tradisional terbesar di kecamatan Muara Bulian. Pasar Muaro Lamo merupakan sumber dari Pasar Keramat Tinggi. Datuk Bulu Kerongkong adalah nama makam Datuk Keramat Tinggi saat itu; sejak saat itu disulap menjadi pasar Keramat Tinggi. Pasar Keramat Tinggi di Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batanghari mengambil alih revitalisasi pasar rakyat (tradisional) di Kecamatan Batanghari yang semula direncanakan untuk pasar Muara Tembesi. Merujuk surat Dirjen PDN Nomor, pengalihan lokasi pembangunan pasar rakyat atau Carry Over tahun 2016 ke 2017 melalui dana tugas pembantuan kurang lebih Rp 6 miliar: terkait rencana Carry Over tahun 2017 dan hasil rapat Bupati/Walikota pada tanggal 29 November 2016 di Jakarta dan tanggal 9 November 2016.

Keramat Tinggi adalah nama sejarah tempat untuk pasar tradisional. Pasar tradisional terbesar di kecamatan Muaro Bulian adalah Keramat Tinggi. Anehnya, nama pasar Keramat Tinggi ini bercerita tentang pasar tersebut. Kebanyakan orang menganggap sakral sebagai sesuatu yang tidak bisa dilakukan (memiliki keistimewaan), padahal tinggi artinya sama. Keramat Tinggi, menurut penduduk setempat, adalah nama kuburan keramat di desa Muaro Lamo (sekarang Muara Bulian), yang berada di sebelah sungai Batanghari. Penemuan jenazah pada masa kolonial, menurut warga setempat, merupakan asal muasal makam keramat Tinggi. Dimana jenazah mengapung di Batanghari namun menolak untuk pergi. Meski arus Batanghari deras saat itu, jenazahnya hanya berputar-putar di depan makamnya yang sekarang. Masyarakat setempat kemudian mengangkat jenazah dan menguburkannya secara Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Makam ini kira-kira 16,8 meter lebih panjang dari rata-rata manusia dan berukuran 9 depo (depa). Inilah salah satu alasan mengapa kuburan ini dianggap keramat. Karena dianggap keramat, maka banyak orang yang berziarah ke sana dan mencari bantuan ke sana. Dari awal yang suci inilah orang-orang Muara Bulian membuat nama pasar konvensional mereka. Mereka menganggap nama itu sebagai doa juga. Padahal tidak semua nama baik akhirnya digunakan.

Namun, penduduk setempat tetap percaya bahwa pasar dapat tumbuh dan menguntungkan penduduk setempat kapan saja. Bahkan masyarakat setempat percaya bahwa Pasar Keramat Tinggi masih berdiri karena penanaman dan nilai-nilai yang tercermin dari namanya yang sakral.⁴⁵

2. Web Pasar Online Pasar Keramat Tinggi

Bank BRI Cabang Muara Bulian turun ke pasar untuk memberikan edukasi kepada pedagang pasar dan UMKM tentang pasar.id dan cara menggunakannya untuk jual beli online. Untuk menyediakan pasar.id di pasar tradisional Kabupaten Batanghari, Bank BRI bekerja sama langsung dengan pengelola pasar dan pihak terkait lainnya daripada beroperasi secara mandiri.

Dalam peresmian online marketplace di Pasar Muarabulian Keramat Tinggi, Pimpinan Cabang BRI Muarabulian Fulsun Rahmatullah menginformasikan hal tersebut kepada hadirin. Menurut Fulsun, pembeli tidak perlu lagi mengunjungi pasar; mereka cukup mengakses <https://s.id/pasarkramattinggi>.” Kami memberikan kemudahan dan kemudahan bagi masyarakat yang biasa berbelanja di pasar melalui program sistem belanja online yang kami namakan Pasar.id. Kami juga membantu para pedagang untuk dapat berjualan secara online Di tengah pandemi Covid-19 yang masih berlangsung, kata Fulsun

Pasar web Bank BRI dianggap sebagai metode baru dalam menjalankan bisnis yang sangat memudahkan interaksi konsumen dengan

⁴⁵ Dokumen Pasar Keramat Tinggi Kabupaten Muara Bulian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



pedagang pasar. Pelanggan tidak perlu mengunjungi pasar untuk berbicara langsung dengan penjual. Mereka hanya perlu menunggu barang yang mereka beli tiba di tempat tinggal mereka. Salah satu manfaatnya adalah ini. Kami menyiapkan kurir untuk mengantarkan pesanan barang kepada pembeli beserta para pedagang. Semua menjadi satu lini administrasi dari Pasar.id Bank BRI.

Sementara itu, Bupati Batanghari Ir Syahirsah mengatakan Pemkab Batanghari sangat mengapresiasi BRI karena banyaknya inovasi layanan yang diberikan Bank BRI untuk mendukung perekonomian masyarakat. Bupati Batanghari sangat menghargai dan mendukung semua pedagang pasar yang menggunakan aplikasi Pasar Web, yang secara signifikan menurunkan risiko penularan Covid-19. Untuk diketahui, 201 pedagang, 170 deponan, dan 43 pedagang telah mendaftar Pasar Web di pasar tradisional Keramat Tinggi Muarabulian.

3. Pasar. Id.

Pedagang pasar tradisional masih dihimbau Bank BRI (BBRI) untuk beradaptasi dengan normal baru yang diterapkan pemerintah saat ini. Salah satu cara yang dilakukan BBRI adalah dengan mendorong transaksi jual beli secara virtual dengan pembeli melalui kanal platform online seperti Pasar.id. Peluncuran Pasar.id kembali tercermin dalam rangkaian kegiatan BRI UMKM EXPO(RT) BRILIAN PRENEUER 2020 yang akan berlangsung di Jakarta mulai 1 hingga 15 Desember dan puncaknya pada 10 hingga 13 Desember 2020.

Pasar.id merupakan satu lagi lompatan Bank BRI dalam mendigitalkan perdagangan pasar konvensional, yakni dengan bekerja sama dengan seluruh pedagang pasar di Indonesia untuk melakukan kegiatan perdagangan secara online. Pembeli dapat menjangkau penjual dan pembeli secara virtual melalui domain web pasar.id dan menentukan pasar tujuan yang akan dijangkau daripada bertemu langsung di lokasi pasar tradisional tempat para pedagang berjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Padahal, tujuan utama BRI adalah memberikan layanan perbankan yang menyeluruh kepada para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya para pedagang kecil yang tersebar di seluruh pasar Indonesia. Lebih dari 108.582 pedagang telah bergabung dengan area web pasar.id selama sisa November 2020. Sejak diluncurkan pertama kali pada pertengahan Juni 2020, 893.197 transaksi telah berhasil diselesaikan di 4.547 pasar.

Fokus BRI untuk terus meningkatkan engagement antara BRI dengan UMKM serta membangun ekosistem pasar digital antara pembeli yang menggunakan berbagai produk UMKM dan penjual ditunjukkan dengan implementasi web market melalui Pasar.id. Selain Pasar Induk Klaten, Pasar Dinoyo Malang, Pasar Ikan Hias Parung Bogor, dan Pasar Bahaur Kalimantan Tengah, BRI telah berhasil mengimplementasikan prototipe web market di beberapa pasar tradisional besar di Indonesia.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah masyarakat pasar Muara Bulian Keramat Tinggi yang mengandalkan pasar online pasar tinggi keramat untuk kebutuhan sehari-hari. 96 sampel berpartisipasi dalam penelitian ini sebagai responden. Kuesioner memiliki dua bagian yaitu pertanyaan tentang identitas responden dan pertanyaan tentang variabel bebas yaitu web pasar online ditinjau dari segi tampilan dan kemudahan penggunaan, dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Segmen ini akan memahami kepribadian responden berdasarkan orientasi, usia, dan pekerjaan. Tujuan dari klasifikasi responden penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi subjek penelitian secara jelas. Gambaran umum objek penelitian tersebut satu per satu dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berikut dilampirkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini pada tabel 4.1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	22	22,91%
Perempuan	74	77,09%
Jumlah	96	100%

Sumber: Output Hasil Olahan Data Software SPSS 2023⁴⁶

Berdasarkan tabel 4.1 Yakni deskripsi identitas responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki laki sebesar 22 orang atau 22,91% dan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 74 orang atau 77,09%. Hal ini menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin wanita paling banyak menggunakan web pasar online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dikala pandemic.

b. Umur

Berikut dilampirkan jumlah responden berdasarkan Umur dalam penelitian ini pada tabel 4.2.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
> < 20 tahun	86	89,58%
26-35 tahun	10	10,42%
36-45 tahun	0	0%
> 46 tahun	0	0
Jumlah	96	100%

Sumber: Output Hasil Olahan Data Software SPSS 2023

⁴⁶ Hasil Olahan data Kuisisioner melalui software SPSS di tahun 2023



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
 2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 96 orang yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, responden yang berumur > 20 tahun sebesar 86 orang atau sebesar 89,58% untuk responden yang berumur 26-35 yakni sebesar 10 orang atau 10,42%, Hal ini menunjukkan responden dengan umur kisaran 20-25 tahun yang paling dominan menjadi responden penelitian ini. Kaum milenial pada saat ini dengan teknologi yang ada dituntut untuk beradaptasi dengan kebiasaan baru sehingga terlihat jelas bahwasannya pandemic tidak menjadi alasan mereka untuk kekurangan kebutuhan setiap harinya karena makin mudah dengan belanja secara online di pasar tradisional.

c. Pekerjaan

Berikut dilampirkan jumlah responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini pada tabel 4.3.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
IRT	21	23,96%
Mahasiswa/Mahasiswi	30	36,46%
Pelajar	14	14,58%
Karyawan	15	25%
Jumlah	80	100%

Sumber: Output Hasil Olahan Data Software SPSS 2023⁴⁷

Berdasarkan tabel 4.3 yakni deskripsi identitas responden berdasarkan pekerjaan, menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai ibu Mahasiswa dan mahasiswi menjadi responden terbesar dalam penelitian ini.

2. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada

⁴⁷ Hasil Olahan data Kuisisioner melalui software SPSS di tahun 2023

kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item-total correlations) dengan nilai r tabel jika r hitung $>$ dari r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Apabila hasil yang didapatkan berada pada r hitung $<$ dari r tabel maka pernyataan tersebut tidak valid.

Tabel 4.5
Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item (r hitung)	R tabel	Keterangan
Web Pasar Online(X1)	X.1	0,792	0,220	Valid
	X.2	0,404	0,220	Valid
	X.3	0,898	0,220	Valid
	X.4	0,857	0,220	Valid
Minat(X2)	X.1	0,876	0,220	Valid
	X.2	0,805	0,220	Valid
	X.3	0,863	0,220	Valid
	X.4	0,626	0,220	Valid
Keputusan Pembelian(Y)	Y.1	0,921	0,220	Valid
	Y.2	0,426	0,220	Valid
	Y.3	0,916	0,220	Valid
	Y.4	0,566	0,220	Valid

Sumber: Output Hasil Olahan Data Software SPSS 2023

Untuk mengetahui validitas pada table 4.5 maka setiap pernyataan terhadap total skor haru dibandingkan dengan r tabel. Dimana $df (n-2) = 80-2= 78$ dengan signifikan 5% didapat r tabel = 0,220 dengan ketentuan jika r hitung $>$ dari r tabel, maka pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid, namun jika sebaliknya r hitung $<$ dari r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Dari tabel 4.5 uji validitas, diketahui bahwa pernyataan mengenai Web Pasar Online Keramat tinggi dan Keputusan pembelian secara keseluruhan dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu konsistensi alat ukur dalam menghasilkan data, disebut konstan apabila data hasil pengukuran dengan alat yang sama dan berulang-ulang akan menghasilkan data relatif sama.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka konstruk tersebut reliable. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa respon menunjukkan konsisten dalam memberikan jawaban untuk setiap indikator kuesioner. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Web Pasar Online(X1)	X.1	0,620	Reliabel
	X.2	0,877	Reliabel
	X.3	0,797	Reliabel
	X.4	0,652	Reliabel
Minat(X2)	X.1	0,703	Reliabel
	X.2	0,750	Reliabel
	X.3	0,720	Reliabel
	X.4	0,839	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,630	Reliabel
	Y.2	0,781	Reliabel
	Y.3	0,736	Reliabel
	Y.4	0,767	Reliabel

Indikator atau kuesioner yang digunakan untuk semua variabel dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur. Karena setiap pernyataan dari semua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha (α) $> 0,6$

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kolmogorov Smirnov dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Dengan data jika nilai signifikan $< 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data terdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas penelitian ini.

Tabel 4.7
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,62208339
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,053
	Negative	-,048
Test Statistic		,053
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.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independent. Jika dalam penelitian ditemukan korelasi antar variabel independent, maka adanya masalah multikolinieritas. Metode pengujian yang digunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Multikolinieritas harus terlihat pada nilai VIF, jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* variabel lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas, sedangkan jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* variabel lebih kecil dari 0,10 maka terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas
oefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	C Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	1,867	,653		2,860	,005		
	x1	,536	,095	,583	5,639	,000	,209	4,774
	x2	,320	,094	,351	3,400	,001	,209	4,774

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.12. Dapat dilihat bahwa nilai tolerance pada variabel Web Pasar Online adalah sebesar 0,209, variabel Minat 0,209 Maka dapat disimpulkan bahwa pada tabel diatas tidak terjadi multikolinieritas antara variable Web Pasar Online, Minat terhadap keputusan pembelian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas adalah menggunakan Uji Glesjer. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$ maka menunjukkan adanya homosdekastisitas atau tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.8

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,928	,375		5,141	,000
	X1	-,056	,055	-,250	-1,027	,308
	X2	,010	,054	,046	,188	,851

a. Dependent Variable: ABS

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai sig pada variabel Web Pasar sebesar 0,308, variabel Minat sebesar 0,851, Dengan demikian nilai sig $> 0,05$ sehingga sudah cukup bukti untuk mengatakan bahwa model regresi tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

4. Regresi Linear Berganda

Bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dependen apakah masing-masing variabel independent positif atau negatif.

Tabel 4.9

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,867	,653		2,860	,005
	X1	,536	,095	,583	5,639	,000
	X2	,320	,094	,351	3,400	,001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.14, maka dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 1,867 dan Web Pasar Online (nilai β) sebesar 0,536, untuk Minat (nilai β) sebesar -0,320 Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,867 + 0,536 X_1 + 0,320 X_2$$

Y : Keputusan Pembelian

X_1 : Web Pasar Online

X_2 : Minat

Dari persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel Web Pasar Online dengan nilai koefisien 0,536 sehingga dapat dikatakan Web Pasar Online berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya dengan adanya web pasar online maka keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,536
2. Hasil perhitungan nilai koefisien variabel Minat 0,320 sehingga dapat dikatakan bahwa Minat memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin banyak minat maka semakin meningkat pula keputusan pembelian sebesar 0,320

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

5. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas (Web Pasar Online, Minat) secara individual terikat (pendapatan) dengan melihat taraf signifikansi. Apabila taraf signifikansi yang dihasilkan dalam perhitungan $< 0,05$ maka hipotesis diterima, tetapi jika sebaliknya taraf signifikansi yang dihasilkan dalam perhitungan $>$ maka hipotesis ditolak. Adapun tabel hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,867	,653		2,860	,005
	X1	,536	,095	,583	5,639	,000
	X2	,320	,094	,351	3,400	,001

a. Dependent Variable: Y

- Berdasarkan hasil pengolahan data uji t pada Web Pasar, mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 5,639 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,990 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} dengan signifikansi sebesar 0,000 karena signifikan t lebih kecil dari 0,05 maka dapat di simpukan bahwa secara parsial Web Pasar (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- Berdasarkan hasil pengolahan data uji t pada Minat, mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 3,400 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,990 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} dengan signifikansi sebesar 0,001 karena signifikan t lebih besar dari 0,05 dapat di

simpukan bahwa secara parsial Minat (X_2) terdapat pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh Web Pasar Online (X_1), Minat (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji simultan (uji f) sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	998,326	2	499,163	184,910	,000 ^b
	Residual	207,861	77	2,699		
	Total	1206,188	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. hal ini dibuktikan dengan menggunakan: $F_{tabel} =$ Menentukan F_{tabel} dengan tarif nyata (α) $5\% = 0,05$ adalah:

$$F(k; n-k)$$

Keterangan:

K : Jumlah Variabel

N : Jumlah Sampel

$$F(2; 77-4 = F(2; 77) = 3,12$$

Hal ini dibuktikan dari nilai f_{hitung} sebesar $184,910 > f_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti signifikansi $< 0,05$ maka hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat signifikansi yang terjadi antara Web Pasar Online (X_1), Minat (X_2), terhadap keputusan pembelian (Y)

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Web Pasar online (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini, harga mempengaruhi web pasar online. Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menyatakan bahwa menunjukkan hasil pada $\alpha = 0,05$. Hasil uji t untuk variabel harga (X_1) terhadap pendapatan (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai thitung $>$ ttabel yaitu sebesar $5,639 > 1,990$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel harga (X_1) terhadap pendapatan (Y).

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Joko Samodra Andreas Syah Pahlevi dalam penelitian yang membahas pengaruh web pasar online terhadap keputusan pembelian⁴⁸ di mana hasil penelitian menyatakan bahwa variabel web pasar online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat. Penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh stefanie dwipuspita slamet di mana hasil penelitian menyatakan bahwa variabel web pasar online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.⁴⁹

2. Pengaruh Minat (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian ini, harga mempengaruhi minat. Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) menyatakan bahwa menunjukkan hasil pada $\alpha = 0,05$. Hasil uji t untuk variabel harga (X_2) terhadap pendapatan (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai thitung $>$ ttabel yaitu sebesar $3,400 > 1,990$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel harga (X_2) terhadap pendapatan (Y).

⁴⁸ Joko samodra, pengaruh pasar desa digital berbasis web sebagai media promosi bagi UMKM', Jurnal Karinov Vol. 2 No. 3 (2019).

⁴⁹ Stefanie Dwipuspita Slamet, Pengaruh Penggunaan Website Terhadap Keputusan Pembelian, E-Jurnal mahasiswa universitas padjajaran Vol 1. No 1 (2017)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nikma Amalia Harahap menunjukan bahwa variabel minat sangat berpengaruh positif dan signifikan dari penggunaan jual beli online terhadap minat masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli. Beberapa pengaruh dari penggunaan situs jual beli online terhadap minat masyarakat adalah kemudahan dan kenyamanan berbelanja, dengan pengaruh-pengaruh tersebut, tidak heran jika minat masyarakat untuk menggunakan situs jual beli online semakin meningkat dari waktu ke waktu.⁵⁰

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



⁵⁰ Nikmah Amalia Harahap, Malika Callista Lubis. *Pengaruh Penggunaan Situs Jual Beli Online Terhadap Minat Masyarakat*. Jurnal Akuntansi Syari'ah, E-ISSN : 2962-7095, Vol. 2 Issue Juni 2023

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian tentang pengaruh pasar tinggi keramat dengan indikator kemudahan dan tampilan website minat terhadap keputusan pembelian di Pasar Keramat Muara Bulian: Berikut temuan yang diperoleh dari hasil uji T untuk menguji pengaruh Web Online Variabel pasar pada keputusan pembelian :

1. Hasil uji t untuk variabel harga (X_1) terhadap pendapatan (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai thitung $>$ ttabel yaitu sebesar $5,639 > 1,990$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel harga (X_1) terhadap pendapatan (Y).
2. Hasil uji t untuk variabel harga (X_2) terhadap pendapatan (Y) diperoleh nilai signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dan nilai thitung $>$ ttabel yaitu sebesar $3,400 > 1,990$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel harga (X_2) terhadap pendapatan (Y).

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Tampilan dan kemudahan penggunaan web pasar online pasar keramat tinggi dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat di sekita pasar keramat tinggi

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Pengaruh Web Pasar Online

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Keramat Tinggi Dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan simpulan yang diperoleh dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Berikut adalah saran yang diajukan dalam penelitian:

1. Hendaknya pelaku Sosialisasi website pasar harus lebih Luas agar dapat dikenal dan mebantu masyarakt dikala pandemic kala itu
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas terhadap masalah yang diteliti.

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi

@ Hak cipta milik UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUTHAN THAHA SAIFUDDIN
J A M B I

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Al-Qur'an Terjemahan jilid III , Departemen Agama RI. (Yogyakarta, Unuversitas Indonesia 1995)

B. Buku

A. Mundzir. Peningkatan Ekonomi Masyarakat menuju Era Society 5.0 Ditengah Pandemi Covid-19. (Jakarta: Insania, 2021)

A.Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: prenadamedia group, 2014)

Anto Dajan,1986 *Pengantar Metode Statistik II*, (Jakarta: LP3ES,

Basu Swastha,2002 *Azas-azas Marketing*, Liberty, Yogyakarta,

Ghozali, Imam.2009 *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP,

Hardika dkk, 2020 *Metode Penelitian Kualitatid dan Kuantitatif*(Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group).. .

Hardani dkk, 2020 “*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*,”

Hendra Riofita,2013 *Sistem Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Pt Sutra Benta Perkasa,).

Husman Husaini dan Purnomo Setiadi,2017 *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,).

Handoko,2000 *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE,).

J. Supranto M. A.2000 *Statistik Teori dan Aplikasi Jilid 1, Edisi Keenem*. (Jakarta: Erlangga,).

Kadir, Abdul.2008 *Pengenalan Sistem Informasi*. (Penerbit ANDI, Yogyakarta:)

Kasmir,2013 *Kewirausahaan- Edisi Revisi*, (Raja Grafindo Persada, Jakarta,)

Kotler, Philip & Keller,2009 *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran*, (Jakarta: Erlangga).

Mohamad Hidayat, 2009 *An Introduction to The Sharia Economic: Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim,)

Moh. Nazir, 1999 *Metode Penelitian*, (Bandung: Ghalia Indonesia,).

Nyoman Suartha, 2016 *Revitalisasi Pasar Tradisional Bali Berbasis Pelanggan (Studi Kasus di Kabupaten Gianyar)*, (Raja Grafindo Persada, Jakarta,).

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke – 13*, (Jakarta: Erlangga, 2008). Hlm. 4-7

Prof. Dr. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2015)..

Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013).

Sujarweni Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 188.

_____. 2009 *Metode Penelitian (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R Dan D)*, (Bandung: Alfabeta,).

_____. 2012 *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA,).

_____. 2015 *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta,).

_____. 2013 *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta,).

_____. 2016 *Metode Penelitian Manajemen*, cet-5, (Bandung: Alfabeta,)

C. Penelitian

Doli Saputra Hasibuan, *Penggunaan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dan Metode Simple Additive Weighting (Saw) Pada Pemilihan E-Commerce Terbaik Dikalangan Mahasiswa Teknik Industri Usu*. FM-GKM-S1TI-FT-6-06-07; Tgl: 09 Juli 2018; Rev : 01.

Gede Wisnu Saputra. Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. E-Jurnal Manajemen, Vol. 9, No. 7, 2020.

Harry Jundrio, Keni Keni. Pengaruh Website Quality, Website Reputation Dan Perceived Risk Terhadap Purchase Intention Pada Perusahaan E-Commerce. Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis Vol. 4, No. 2, Oktober 2020

Joko Samodra, Andreas Syah Pahlevi, Yon Ade Lose Hermanto “*Pasar Desa Digital Berbasis Web Sebagai Media Promosi Bagi UMKM*”, Jurnal Karinov Vol. 2 No. 3 (2019).

Laudon, Kenneth C and Laudon, Jane P. 2007. Sistem Informasi Manajemen, Mengelola Perusahaan Digital. Edisi 10. Buku Kedua, Penerjemah Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. Salemba Empat. Jakarta

Nikmah Amalia Harahap, Malika Callista Lubis. *Pengaruh Penggunaan Situs Jual Beli Online Terhadap Minat Masyarakat*. Jurnal Akuntansi Syari’ah, E-ISSN : 2962-7095, Vol. 2 Issue Juni 2023.

Rizki kurniawan. Pengaruh kualitas website (webqual 4.0) terhadap kepercayaan dan dampaknya terhadap keputusan pembelian pada website e coerce. Jurnal administrasi bisnis. 2018.

Stefanie Dwipuspita . Pengaruh Penggunaan Website terhadap Keputusan Pembelian eJurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran Vol. 1 ., No. 1 (2012)

Sepriadi Solihin. Pengaruh Kualitas Websitedan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Jurnal Jurnal Informatika Kesatuan Vol. 1 No. 1, 2021.

Sepriadi Solihin dan Saefudin Zuhdi “Pengaruh Kualitas Website dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Egerindostore.com”, Jurnal Informatika Kesatuan Vol. 1 No. 1, 2021 page

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

D. Wawancara

Halimah. “Wawancara Pengguna WEB Pasar Online Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muaro Bulian.” 3 Desember 2022.

Rezi, “ Wawancara Staff Dinas Diskoperindag Kab. Batang Hari.”3 Desember 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi



LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Web Pasar Online Dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Studi Pasar Keramat Tinggi Kecamatan Muara Bulian

Assalamualikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penulisan skripsi yang digunakan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar S1 di Universitas Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi , maka saya:

Nama : Aqil Aryansah

Nim : 501180303

Jurusan : Ekonomi Syariah

Memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Sehingga Bapak/Ibu dapat bersedia mengisi, menjawab kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Atas perhatiannya peneliti mengucapkan terimah kasih sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, dan peneliti mohon maaf apabila ada pertanyaan yang tidak berkenan di hati Bapak/Ibu.

Hormat Saya

Aqil Aryansah

A. Petunjuk Pengisian

1. Baca dan cermati pertanyaan dalam kuesioner dengan teliti sebelum memilih jawaban
2. Jawablah pertanyaan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dengan memberi tanda centang (v) didalam kotak yang telah disediakan

Keterangan :

STS	: Sangat Tidak Setuju	1
TS	: Tidak Setuju	2
KS	: Kurang Setuju	3
S	: Setuju	4
SS	: Sangat Setuju	5

B. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan
3. Umur : <20 Tahun
 26-35 Tahun
 36-45 Tahun
 Lebih dari 46 Tahun
4. Pendidikan : SMA / Sederajat
 S1
 S2
 LAINNYA
5. Pekerjaan :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

C. Item Pernyataan

1. WEB Pasar Online (X1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Desain Web pasar online sangat menarik					
2	Tampilan beranda web pasar online sangat menarik					
3	Penjelasan untuk setiap menu sangat lengkap					
4	Pemesanan produk dapat di lakukan siapa saja karna mudah di pahami					

2. Minat (X2)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
1	Saya berminat untuk membeli produk yang saya butuhi di web pasar online					
2	Saya berminat untuk membeli produk yang memiliki bahan yang halal di web pasar online					
3	Saya berminat untuk membeli produk di web pasar online karena bisa delivery					
4	Saya berminat untuk membeli produk di web pasar online karen lengkap dan terpercaya					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Belanja di web pasar onliene pasar keramat tinggi memiliki daya tarik karena kemudahan dan tampilan web yang baik					
2	Belanja di web pasar onliene pasar keramat tinggi efisien waktu dalam melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari					
3	Membeli produk lewat web pasar onliene pasar keramat tinggi informasi produk dan penjual detail dan terpercaya					
4	Belanja di web pasar online karena prosenya lebih mudah dan tampilannya lebih enak di pahami					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Lampiran 2 Data Pedagang

Data Pedagang

Kode Lapak	Nama Lapak	Deskripsi	Kategori	Nama Pedagang	No HP
PKT 01	Agen Ourcitrus	kosmetik dan Obat-obatan	aksesoris & kosmetik	Titin Salon	082184642420
PKT 02	Ayam potong uci ajrin	Jual daging ayam	ikan & daging	Ajrin uci	082378091202
PKT 03	Calista hijab	Jual hijab	pakaian	Melya Maharani	081296271679
PKT 04	Elektronik fandi	Elektronik	perancangan	Syaban afandi	085266462828
PKT 05	es tebu dian	MINUMAN SEGAR	makanan & minuman	Dian	082179103036
PKT 06	Kedai bakso dan minuman mas jerry	menjual makanan dan minuman	makanan & minuman	mas Jerry	085838893308
PKT 07	kedai nasi fitri	menjual makanan dan minuman	makanan & minuman	fitri	081366717444
PKT 37	Kue uni Eka	jual kue basah	cemilan	Eka Maryani	082282385510
PKT 28	lapak ayuk kulit	jual buah pisang	buah-buahan	omnah ayuk kulit	081333609127
PKT 29	lapak buk niti	jual bumbu mentah	bumbu dapur	ibu niti	089629913307
PKT 08	lapak hanafi	lapak bumbu jadi dan kering	bumbu dapur	Hanafi	081282626139
PKT 43	lapak jual jengkol	jual jengkol	sayur & buah	IBUK risky	0887437136667
PKT 09	Lapak Kusuma family Ayam potong	Menjual ayam potong	ikan & daging	Jlmi kusuma	082346364151
PKT 10	Lapak mbak nur	Jual tahu,cabe,bawang	sayur & buah	Nur endah kurniasih	081226274069
PKT 24	Lapak plastik aan	jual plastik	aneka plastik	johan jelly	082271017232
PKT 11	Lapak sayur akhlis lala	Jual sayuran	sayur & buah	Akhlis nur fuad	081348117403
PKT 12	Lapak sayur reni Joni	Jual aneka sayuran	sayur & buah	Reni rozi	081273866428
PKT 36	mitra busana	pakaian dewasa dan anak	pakaian	intan	082285108823
PKT 13	sate cak sugeng	SATE KAMBING MADURA,SATE AYAM,	makanan & minuman	sugeng suliyadi	082379780789
PKT 27	toko bapak baron	JUAL IKAN ASIN	ikan & daging	desi baron	082249372077
PKT 14	Toko Bata	sepatu,tas,sandal	pakaian, sepatu dan sandal	Zulfan Idrus	082293011548
PKT 32	toko doa bundo	pakaian anak dan dewasa	pakaian	yurnalis	085219557698
PKT 41	Toko elektronik zul	menjual perlengkapan elektronik	peralatan rumah tangga	winardi	081366333177
PKT 15	toko helmi	jual perlengkapan	peralatan rumah tangga	helmi	085217931514
PKT 16	toko manisan bihan	menjual sembako	sembako	kak siti	089523266825
PKT 17	Toko manisan nanda	Toko sembako	sembako	Nanda priyanto	082180202144
PKT 38	toko pakaian amal	menjual baju sekolah SD,SMP,SMA,pa	pakaian	Yuliar jamil abu	082372555115
PKT 40	Toko pakaian dan jilbab memey	menjual pakaian wanita dewasa dan ji	pakaian	nani Yenny burhan	082179939036
PKT 18	toko pakaian ni evii	baju gamis, baju anak-anak	pakaian	Evi yusnita	081367463131
PKT 26	toko pakaian novi	PAKAIAN	pakaian	Novi Ami	085266654151
PKT 30	toko pakaian rena reva	pakaian anak dewasa	pakaian	Rina muklis	085377181592
PKT 32	Toko Pakaian sunseyya	pakaian anak dan dewasa	pakaian	reka	081390104242
PKT 31	toko pecah belah dahlia	jual pecah belah	peralatan rumah tangga	dahlia	082373532129
PKT 19	Toko riko	Jual sembako dan kerupuk	sembako	Riko ardianto	081273221093
PKT 34	toko sembako Andi	sembako	sembako	deddy nofriadi	0813665227257
PKT 42	toko sepatu aman sejahtera	menjual sepatu, sandal anak anak dan	pakaian, sepatu dan sandal	dedy candra	081278346246
PKT 39	toko sepatu dan sandal uda her	menjual sepatu dan sandal	pakaian, sepatu dan sandal	hermansyah putra	085268015193
PKT 35	Toko Tas dan Aksesoris Joni	tas dan aksesoris	aksesoris & kosmetik	marjoni	081281997771
PKT 44	toko tas dedy	menjual tas	pakaian, sepatu dan sandal	dedi	085351526364
PKT 20	Tokoh Buah faris	Tokoh Buah	buah-buahan	Olia Indra	081366522888
PKT 21	warkop mak rodia	Menjual makanan dan minuman	makanan & minuman	Rodiah	085273840505
PKT 22	warung ayuk ema	JUAL MAKANAN DAN MINUMAN	makanan & minuman	Ayuk ema	082248597132
PKT 23	warung makan hen	warung makan dan minuman	makanan & minuman	hen heriadi	088706985756
PKT 24	warung nasi susanti	warung nasi	makanan & minuman	susanti	081366007762

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suah Negeri Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suah Negeri Jambi

Lampiran 3 Data Responden

Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Faizin	L	32 tahun	Karyawan
2	Sulastri	P	22 tahun	Mahasiswi
3	Yulita	P	20 tahun	Mahasiswi
4	Saroh	P	24 tahun	Mahasiswi
5	Sri mulyani	P	26 tahun	IRT
6	Risa	P	22 tahun	Mahasiswi
7	Devy	P	24 tahun	IRT
8	Kasmi	P	30 tahun	IRT
9	Zaini	L	28 tahun	Wiraswasta
10	Hengki	L	22 tahun	Karyawan
11	Salwa	P	18 tahun	Mahasiswi
12	Ela	P	19 tahun	Mahasiswi
13	Eni	P	17 tahun	Pelajar
14	Suti	P	17 tahun	Pelajar
15	Romlah	P	17 tahun	Pelajar
16	Lilis	P	21 tahun	Mahasiswi
17	Rani	P	23 tahun	Mahasiswi
18	Ita	P	20 tahun	IRT
19	Mualim	L	21 tahun	Mahasiswi
20	Rahma	P	25 tahun	IRT
21	Iradela	P	22 tahun	Mahasiswi
22	Venil	P	22 tahun	Mahasiswi
23	Surmi	P	22 tahun	Mahasiswi
24	Budi	L	22 tahun	Karyawan
25	Addullah	L	24 tahun	Wiraswasta
26	Titin	P	23 tahun	IRT
27	Robini	P	23 tahun	Mahasiswi
28	Hendi	L	20 tahun	Karyawan
29	Rahayu	P	21 tahun	Karyawan took
30	Iswatun	P	23 tahun	Karyawan minimarket
31	Sri yanti	P	20 tahun	Mahasiswi
32	Nelly	P	29 tahun	IRT
33	Rahmad	L	33 tahun	Supir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

34	Doni	L	24 tahun	Wiraswasta
35	Nanik	P	26 tahun	IRT
36	Indri	P	22 tahun	IRT
37	Jumaidah	P	24 tahun	IRT
38	Indah	P	30 tahun	Wiraswasta
39	Puji	P	25 tahun	IRT
40	Norma	P	21 tahun	Mahasiswi
41	Endang	P	18 tahun	Pegawai toko
42	Rizky putri	P	19 tahun	Pegawai took
43	Marta	P	17 tahun	Pelajar
44	Yaya	L	17 tahun	Pelajar
45	Dedy	L	17 tahun	Pelajar
46	Asep	L	21 tahun	Mahasiswa
47	Mariana	P	21 tahun	Mahasiswi
48	Ikrom	L	23 tahun	Mahasiswa
49	Hanjas	L	25 tahun	Mahasiswa
50	Naufal	L	28 tahun	Mahasiswa
51	Samuel	L	26 tahun	Supir
52	Shandi	L	31 tahun	Guru
53	Wahyudi	L	35 tahun	Guru
54	Arga	L	45 tahun	Karyawan toko
55	Armando	L	36 tahun	Karyawan RS
56	Istifla	P	33 tahun	Guru
57	Melnik	P	27 tahun	Pegawai
58	Sarah	P	29 tahun	Pegawai
59	Ilham	L	34 tahun	Mahasiswa
60	Ayu	P	23 tahun	Pegawai
61	Yanda	L	44 tahun	Wiraswasta
62	Killa	P	32 tahun	Mahasiswi
63	Robi	L	25 tahun	Mahasiswa
64	Puput	P	55 tahun	Karyawan took
65	Vicky	L	45 tahun	Pegawai PT
66	Yuna	P	38 tahun	Pegawai
67	Yura	L	24 tahun	Karyawan took
68	Warsi	L	22 tahun	Wiraswasta
69	Andi	L	20 tahun	Pegawai PT
70	Thoriq	L	35 tahun	Mahasiswa
71	Ida	P	39 tahun	IRT
72	Zakir	L	40 tahun	Mahasiswa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

73	Akmal	L	41 tahun	Wiraswasta
74	Dewi	P	24 tahun	Mahasiswi
75	Ani	P	25 tahun	Mahasiswi
76	Ryan	L	26 tahun	Mahasiswa
77	Yahdi	L	27 tahun	Pegawai took
78	Andra	P	20 tahun	Guru
79	Naya	P	19 tahun	Guru
80	Ricky	L	28 tahun	Karyawan
81	Putri	P	21 tahun	IRT
82	Dedek	L	28 tahun	Supir
83	Gogon	L	32 tahun	Karyawan
84	Supiah	P	37 tahun	IRT
85	Oki	L	33 tahun	Wiraswasta
86	Raden	L	28 tahun	Karyawan toko
87	Nando	L	24 tahun	Mahasiswa
88	Rama	L	23 tahun	Mahasiswa
89	Syifa	P	24 tahun	Mahasiswi
90	Adel	P	25 tahun	IRT
91	Yola	P	28 tahun	IRT
92	Gigan	L	23 tahun	Mahasiswa
93	Fitri	P	24 tahun	Mahasiswi
94	Failah	L	26 tahun	Supir
95	Ratu	P	27 tahun	Pegawai took
96	Rezi	L	28 tahun	Wiraswasta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Lampiran 4 Hasil Data Responden

Data Hasil Responden Variabel Web Pasar Online

	Web Pasar Online(X1)				Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
Jambi	5	5	5	5	20
	4	4	2	2	12
	2	4	3	3	12
	4	4	2	2	12
	2	4	3	3	12
	3	4	2	2	11
	3	5	2	2	12
	5	4	5	5	19
	4	5	2	2	13
	4	4	2	2	12
	4	4	2	2	12
	3	4	4	3	14
	2	2	2	1	7
	3	3	4	3	13
	5	5	3	2	15
	4	4	4	2	14
	2	5	5	5	17
	5	4	5	5	19
State	3	4	5	5	17
	3	4	5	5	17
	5	5	5	5	20
	4	5	4	4	17
	2	5	2	2	11
	1	3	2	1	7
	1	5	2	1	9
	5	5	5	5	20
	5	4	5	5	19
	5	2	5	5	17
University	1	1	1	1	4
	5	1	5	5	16
	5	5	5	5	20
of	4	5	4	4	17
	2	5	2	2	11
Sulthnan	1	1	1	1	4
	5	5	5	5	20
	5	5	5	5	20
Thaha	5	4	5	5	19
	4	2	4	4	14
Saifuddin	5	1	5	5	16
Jambi					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

5	5	5	5	20
1	5	1	1	8
1	5	1	1	8
1	4	1	1	7
2	5	2	2	11
1	5	1	1	8
1	1	1	1	4
5	1	5	5	16
3	1	3	3	10
1	2	1	1	5
4	1	2	2	9
3	1	2	2	8
4	5	1	1	11
5	3	5	5	18
4	1	1	1	7
4	5	4	4	17
5	3	5	5	18
4	3	4	4	15
1	4	1	5	11
3	5	3	3	14
3	4	3	3	13
4	1	4	4	13
4	4	4	5	17
4	3	4	4	15
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	3	15
5	5	5	4	19
4	4	4	3	15
3	4	3	5	15
3	5	3	5	16
1	5	2	5	13
1	5	1	5	12
2	4	2	3	11
4	3	3	3	13
3	3	4	4	14
4	4	3	4	15
4	3	5	4	16
2	3	4	4	13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Data Hasil Responen Variabel Minat

	Minat (X2)				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
	5	5	5	5	20
	2	4	2	4	12
	3	3	3	4	13
	2	4	2	4	12
	3	2	3	4	12
	2	3	2	4	11
	2	3	2	5	12
	5	5	5	4	19
	2	4	2	5	13
	2	4	2	4	12
	2	4	2	4	12
	4	3	3	4	14
	2	2	1	2	7
	4	3	3	3	13
	3	5	2	5	15
	4	4	2	4	14
	5	2	5	5	17
	5	5	5	4	19
	5	3	5	4	17
	5	3	5	4	17
	5	5	5	5	20
	4	3	4	5	16
	2	5	2	5	14
	2	2	1	3	8
	2	2	1	5	10
	5	5	5	5	20
	5	5	5	5	20
	5	5	5	5	20
	1	3	1	5	10
	5	5	5	4	19
	5	4	5	4	18
	4	4	4	4	16
	2	3	2	4	11
	1	2	1	5	9
	5	4	5	4	18
	5	5	5	5	20
	5	5	5	5	20
	4	5	4	5	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
1	3	1	5	10
1	5	1	5	12
1	3	1	1	6
2	2	2	2	8
1	1	1	1	4
1	1	1	1	4
5	5	5	5	20
3	3	3	5	14
1	1	1	5	8
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
1	1	1	4	7
5	5	5	5	20
1	1	1	5	8
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
1	1	3	1	6
3	3	3	4	13
3	3	5	3	14
4	4	5	4	17
4	5	3	4	16
4	4	5	4	17
4	3	4	4	15
3	4	5	4	16
4	4	4	4	16
5	4	3	5	17
4	3	3	5	15
5	4	5	5	19
4	3	5	4	16
2	5	4	3	14
3	5	4	5	17
1	5	3	5	14
2	5	5	5	17
1	3	5	4	13
5	4	3	4	16
4	4	3	5	16
4	4	3	4	15
4	3	5	4	16
2	5	4	3	14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

Data Hasil Responden Variabel Keputusan Pembelian

	Keputusan Pembelian (Y)				Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
	5	5	5	5	20
	2	3	2	3	10
	3	2	3	2	10
	2	4	2	3	11
	2	3	3	3	11
	2	4	2	1	9
	1	4	2	4	11
	5	4	5	4	18
	1	4	2	4	11
	1	3	2	3	9
	1	4	2	4	11
	3	4	4	4	15
	1	4	2	3	10
	3	3	4	3	13
	2	5	3	3	13
	2	4	4	3	13
	5	4	5	2	16
	5	4	5	4	18
	5	5	5	2	17
	5	4	5	4	18
	5	5	5	5	20
	4	5	4	4	17
	2	4	2	2	10
	1	5	2	1	9
	1	5	2	1	9
	5	5	5	3	18
	5	5	5	5	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

@ Hak cipta milk UN Sutha Jambi State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi

5	5	5	5	20
1	5	1	1	8
5	5	5	1	16
5	4	5	4	18
4	5	4	3	16
2	2	2	4	10
1	3	1	3	8
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
4	4	4	3	15
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18
1	5	1	1	8
1	3	1	3	8
1	3	1	3	8
2	4	2	3	11
1	1	1	3	6
1	4	1	4	10
5	5	5	4	19
3	3	3	3	12
1	5	1	1	8
2	4	2	3	11
2	3	2	3	10
1	4	1	3	9
5	4	5	4	18
1	4	1	2	8
4	4	4	3	15
5	4	5	5	19
4	5	4	5	18
1	5	1	5	12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

3	5	3	3	14
3	5	3	3	14
4	5	4	1	14
4	5	4	5	18
4	5	4	2	15
4	5	4	5	18
4	3	4	3	14
4	4	4	4	16
5	3	5	4	17
4	5	4	1	14
5	5	5	5	20
4	5	4	3	16
3	5	3	5	16
3	5	3	2	13
1	5	1	5	12
1	5	1	3	10
2	4	2	3	11
4	5	3	4	16
3	4	5	5	17
2	3	1	5	11
4	4	2	5	15
5	3	4	2	14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Penelitian

Hasil Uji Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item (r hitung)	R tabel	Keterangan
Web Pasar Online(X1)	X.1	0,792	0,220	Valid
	X.2	0,404	0,220	Valid
	X.3	0,898	0,220	Valid
	X.4	0,857	0,220	Valid
Minat(X2)	X.1	0,876	0,220	Valid
	X.2	0,805	0,220	Valid
	X.3	0,863	0,220	Valid
	X.4	0,626	0,220	Valid
Keputusan Pembelian(Y)	Y.1	0,921	0,220	Valid
	Y.2	0,426	0,220	Valid
	Y.3	0,916	0,220	Valid
	Y.4	0,566	0,220	Valid

Hasil Uji Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keterangan
Web Pasar Online(X1)	X.1	0,620	Reliabel
	X.2	0,877	Reliabel
	X.3	0,797	Reliabel
	X.4	0,652	Reliabel
Minat(X2)	X.1	0,703	Reliabel
	X.2	0,750	Reliabel
	X.3	0,720	Reliabel
	X.4	0,839	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,630	Reliabel
	Y.2	0,781	Reliabel
	Y.3	0,736	Reliabel
	Y.4	0,767	Reliabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulttha Jambi

Hasil Olahan SPSS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,62208339
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,053
	Negative	-,048
Test Statistic		,053
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.

Uji Multikolinieritas

oefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,867	,653		2,860	,005		
x1	,536	,095	,583	5,639	,000	,209	4,774
x2	,320	,094	,351	3,400	,001	,209	4,774

- a. Dependent Variable: y

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sufiha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sufiha Jambi

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,928	,375		5,141	,000
	X1	-,056	,055	-,250	-1,027	,308
	X2	,010	,054	,046	,188	,851

a. Dependent Variable: ABS

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,867	,653		2,860	,005
	X1	,536	,095	,583	5,639	,000
	X2	,320	,094	,351	3,400	,001

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,867	,653		2,860	,005
	X1	,536	,095	,583	5,639	,000
	X2	,320	,094	,351	3,400	,001

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	998,326	2	499,163	184,910	,000 ^b
	Residual	207,861	77	2,699		
	Total	1206,188	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Lampiran 6 Dokumentasi



Pengisian Kuisisioner



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Pengisian Kuisiner



Pengisian Kuisiner



Pengisian Kuisiner

@ Hak cipta milk UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



Pengisian Kuisiner



Pengisian Kuisiner

@ Hak cipta milk UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



Pengisian Kuisiomer



Pengisian Kuisiomer

@ Hak cipta milk UIN Sutha Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

State Islamic University of Suthan Thaha Saifuddin Jambi



Pengisian Kuisiomer



Pengisian Kuisiomer

@ Hak cipta milik UIN Sunthha Jambli

State Islamic University of Sunthhan Thaha Saifuddin Jambli

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthha Jambli
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthha Jambli



Pengisian Kuisisioner

@ Hak cipta milik orang lain

State Islamic University of Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Lampiran 7 Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama	: Aqil Aryansah
NIM	: 501180303
Tempat, Tanggal Lahir	: Jambi, 05 Juni 2000
Alamat	: Jl. Gajah Mada, Muaro Bulian
No HP	: 081367783624
E-mail	: Aqilaryansah05@gmail.com
Nama Ayah	: Sopianto
Nama Ibu	: Juniarty

B. Latar Belakang Pendidikan

1. 2006-2012	: SDN 28 Kota Jambi
2. 2012-2015	: SMPN 3 Batanghari
3. 2015-2018	: SMAN 1 Batanghari

C. Motto Hidup

: “Kejarlah Akhirat, maka dunia dan seisinya akan mengikutimu”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi