FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEGAWAI TENAGA KEPENDIDIKAN IAIN BUKITTINGGI DALAM BERBELANJA ONLINE MENURUT EKONOMI ISLAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



OLEH :

KARTI DEWINDA
NIM : 3213. 215

JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
2017 M / 1438 H

KATA PERSEMBAHAN

Hari takkan indah tanpa mentari dan rembulan, begitu juga hidup takkan indah tanpa tujuan, harapan serta tantangan. Meski terasa berat, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya terlalui dengan baik, meski harus memerlukan pengorbanan.

Kupersembahkan karya kecil ini, untuk cahaya hidup, yang senentiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi, saat kulemah tak berdaya semasa hidup Beliau. (alm. Ayah dan almh. Ibu tercinta) dan untuk suami tercinta yang selalu mendampingiku, dan karya ini juga merupakan kado anniversary 1 tahun pernikahan kita. Terima kasih untuk semuanya

Untuk ribuan tujuan yang harus dicapai, untuk jutaan impian yang akan dikejar, untuk sebuah pengharapan, agar hidup jauh lebih bermakna, karena tragedi terbesar dalam hidup bukanlah kematian tapi hidup tanpa tujuan. Teruslah bermimpi untuk sebuah tujuan, pastinya juga harus diimbangi dengan tindakan nyata, agar mimpi dan juga angan, tidak hanya menjadi sebuah bayangan semu.

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul **"Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi Dalam Berbelanja Online Menurut Ekonomi Islam "** yang disusun oleh **Karti Dewinda NIM 3213.215** telah di uji dalam sidang *Munaqasah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi pada hari Minggu, 10 Sembember 20017 dan telah dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

Bukittinggi, 10 September 2017

Ketua

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP. 19750303 200112 1007

TIM PENGUJI

Penguji Utama

Era Sonita, SE. M.Si
NIP. 197110252003122002

Penguji Kedua

Zulhelmi, SE. MM
NIP. 19640422 201411 2001

Pembimbing I

Dr. Iiz Izmuddin, MA
NIP. 19750303 200112 1007

Pembimbing II

Yefri Joni, MA
NIP. 19760200 200312 1004

Mengetahui ,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **Karti Dewinda. NIM 3213.215**, dengan judul **"Pengaruh Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi Dalam Berbelanja Online Menurut Ekonomi Islam"** memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang *Munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, Juli 2017

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Iir Izmuddin, MA	**Yefri Joni, MA**
NIP. 197503032001121007	**NIP. 197603062003121004**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama/Nim	: Karti Dewinda / 3213.215
Tempat Tanggal Lahir	: Piladang, 01 Februari 1993
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi Islam (FEBI)
Judul Skripsi	:Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi Dalam Berbelanja Online Menurut Ekonomi Islam

Menyatakan dengan ini sesungguhnya karya ilmiah (skripsi) dengan judul di atas adalah **benar** asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis di copot sampai batas waktu yang ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini di buatdengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, Juli 2017

Penulis



Karti Dewinda

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbill'amin. Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Kemudian shalawat beriringan salam, penulis ucapkan buat junjungan umat sedunia yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Tujuan dari penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana(S-1) Ekonomi Islam dalam Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Ada pun judul skripsi ini adalah" Pengaruh yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi dalam Belanja OnlineMenurut Ekonomi Islam".

Penulis skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa syukur kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya :

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih yang tak terhingga juga kepada :

1. Ibu **Dr. RidhaAhida, M.Hum,** selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si,**selaku DEKAN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)serta Bapak **Yefri Joni, MA** selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Islam, serta Ibu Ketua Prodi Fakultas Ekonomi Islam yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.

2. Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA,** selaku pembimbing I dan Bapak **Yefri Joni, MA,** selaku Pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu **Era Sonita, SE, MSi** selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
4. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi.
5. Bapak/ibu pegawai perpustakan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skrips iini.
6. Rasa hormat, sembah sujud penulis ucapkan kepada Ayahanda **Asril** dan Ibunda tercinta **Nurliana** yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh kasih sayang dan cinta yang tulus dan selalu memberikan doa, dan dorongan kepada penulis baik secara materi dan spiritual.
7. Kepada yang terkasih, Kakak-kakak dan adik-adik tercinta Nela Asfitri,S.Pdi, Edison, Amung Sunarya, Eni Asmeri, Busra Hendri,Amd, Andriol, Muhammad Afdhal, dan Sri Rahmanisa yang telah memberikan doa dan semangat kepada penulis hingga saat ini.
8. Para Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi yang telah meluangkan waktu dan membantu demi kelancaran penelitian, terima kasih atas bantuannya.
9. Kepada teman-teman EI NR yakni: Husnul Basir, Aulia Fransiska, Azizi Hakimi, Deska Syahrani, Ferlicia Novela, Heni Sukma Ningrum, Minang Warman, M. Rhaif, Nazril Yuliansah, Nofika Hardila, Ramona, Reni Saputri, Resi Kurniawati, Rizki Aulia Putra, Robi Setia Ardi, Syamsul Arifin, Wawan Hari Final, Yulfa Susanti, Yelsi Oktavia, Zulhendri, angkatan 2013, terima kasih selama ini telah banyak memberikan semangat bagi penulis. Semoga dapat meraih cita-citanya sehingga dapat mewujudkan impian untuk membahagiakan orang tua.
10. Yang terkhusus kepada Fredi Siswanto, Shella Hari Utami, Aulia Fransiska, Yelsi Oktavia, Yulfa Susanti, Resi Kurniawati, Ramona dan Septi Amelia,SE yang telah mendampingi penulis selama penulis menyusun skripsi, dan memberi dukungan serta semangat selama ini.

Selanjutnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Doa dan harapan penulis kepada semua pihak yang memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas serta melimpah kan rahmatdan karunia-nya.Amiin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca demi kesempurnakan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, Juli 2017

Penulis

Karti Dewinda

Nim 3213.215

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi Dalam Berbelanja Online Menurut Ekonomi Islam".** Disusun oleh : **Karti Dewinda NIM 3213.215.** skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam berbelanja online menurut ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan data sumber sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah observasi dan menyebarkan kuisioner kepada faktor yang mempengaruhi keputusan pegawai tenaga kependidikan dalam berbelanja online menurut ekonomi Islam. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 91 orang pada pegawai tenaga kependidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda yaitu $Y = a + b_1X_{1+}b_2X_{2+}e_1$ pengujian model ANOVA, Uji-F, dan Uji Parsial

Faktor sosial (X1), dan faktor pribadi (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan berbelanja online menurut ekonomi Islam, maka konstanta keputusan berbelanja online menurut ekonomi Islam (Y) 8.817. variabel independen lain nilainya tatap dan faktor sosial mengalami kenaikan 1% keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.481.

Kata kunci: Pegawai Tenaga Kependidikan, Berbelanja Online

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN PEMBIMBING
LEMBARAN PENGESAHAN TIM PENGUJI
KATA PENGANTAR..... i
ABSTRAK iv
DAFTAR ISI..... v
DAFTAR TABEL x

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 11
C. Batasan dan Rumusan Masalah 12
D. Tujuan Penelitian 12
E. Manfaat Penelitian 13
F. Penejelasan judul 14
G. Kajian Terdahulu 15
H. Sistematika Penulisan 17

BAB II LANDASAN TEORI
A. Perilaku Konsumen
1. Pengertian Perilaku Konsumen..... 19
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku konsumen 20
B. Belanja Online
1. Pengertian Belanja Online 25
2. Cara Pembayaran 26
3. Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online..... 27
C. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam
1. Pengertian Konsumen Dalam Islam..... 31
2. Norma dan Etika Dalam Konsumsi 40
3. Teori Konsumsi Islami..... 42
4. Konsep Rasionalitas dalam Islam 43
D. Penelitian Relevan 47
E. Kerangka Konseptual 49
F. Hipotesis 50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan 52
B. Jenis Penelitian 52
C. Lokasi dan Waktu Penelitian 52
D. Sumber Data 53
E. Populasi dan Sampel 53
D. Teknik Pengumpulan Data 54
F. Defenisi Operasional Variabel 54
G. Instrumen Penelitian 55
H. Teknik Analisis Data 55
I. Analisis regresi Linear Berganda 55
   1. Teknik Analisi Koerelasi 58
   2. Uji pra-penelitian 59

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Monografi IAIN Bukittinggi
   1. Sejarah IAIN Bukittinggi 65
   2. Profil IAIN Bukittinggi 68
   3. Struktur Organisasi IAIN Bukittinggi 69
B. Gambaran Aktivitas Belanja Online Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi 7
C. Karakeristik Responden
   1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 72
   2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 73
   3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakir 74
   4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 75
   5. Karakteristik Responden Berdasarkan tanggungan 75
D. Pembahasan dan Analisis Data
   1. Uji Instrumen
      a. Uji Validitas 76
      b. Uji Realibilitas 81
      c. Deskripsi Hasil Penelitian 82
   2. Pembahasan Hasil Linear Regresi Linear Berganda 92
   3. Pembahasan Hasil Korelasi 95
   4. Pengujian Hipotesis
      a. Uji Persial dengan T-test 96
      b. Uji Simultan dengan F-test 98

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 100
B. Saran..... 101

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian 56
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 72
Tabil 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia 73
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 74
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan 75
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan..... 76
Tabel 4.6 Hasil Uji validitas 77
Tabel 4.7 Item Validitas 78
Tabel 4.8 Butir Pernyataan yang Valid dan Tidak Valid..... 79
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas 81
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Variabel Indipenden Faktor Sosial (XI) pernyataan Butir 1..... 82
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Variabel Indipenden Faktor Sosial (XI) Pernyataan Butir 2..... 83
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Variabel Indipenden Faktor Sosial (XI) Pernyataan Butir 3..... 84
Tabel 4.13 Jawaban Responden Terhadap Variabel Indipenden Faktor Sosial (XI) Pernyataan Butir 4..... 85
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap Variabel Indipenden Faktor Pribadi (X2) pernyataan Butir 1 86
Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Variabel Indipenden Faktor Pribadi (X2) Pernyataan Butir 2 87
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Variabel Indipenden Faktor Pribadi (X2) Pernyataan Butir 3 88
Tabel 4.17 Jawaban Responden Terhadap Variabel Indipenden Faktor Pribadi (X2) Pernyataan Butir 4 89
Tabel 4.18 Jawaban Responden Terhadap Variabel Dependen Prinsip Ekonomi Islam (Y) Pernyataan Butir 1 90
Tabel 4.19 Jawaban Responden Terhadap Variabel Dependen Prinsip Ekonomi Islam (Y) Pernyataan Butir 2 91
Tabel 4.20 Jawaban Responden Terhadap Variabel Dependen Prinsip Ekonomi Islam (Y) Pernyataan Butir 5 92
Tabel 4.21 Rangkuman Hasil Empiris Penelitian..... 93
Tabel 4.22 Rangkuman Hasil Empiris Korelasi 95
Tabel 4.23 Pengujian Hipotesis Untuk Uji Parsial Dengan T-test..... 96
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Simultan Dengan F- Test..... 98

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi Dalam Berbelanja Online Menurut Ekonomi Islam".** Disusun oleh : **Karti Dewinda NIM 3213.215.** skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam berbelanja online menurut ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan sumber data primer dan data sumber sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah observasi dan menyebarkan kuisioner kepada faktor yang mempengaruhi keputusan pegawai tenaga kependidikan dalam berbelanja online menurut ekonomi Islam. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 91 orang pada pegawai tenaga kependidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda yaitu $Y = a + b_1X_{1+}b_2X_{2+}e_1$ pengujian model ANOVA, Uji-F, dan Uji Parsial

Faktor sosial (X1), dan faktor pribadi (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan berbelanja online menurut ekonomi Islam, maka konstanta keputusan berbelanja online menurut ekonomi Islam (Y) 8.817. variabel independen lain nilainya tatap dan faktor sosial mengalami kenaikan 1% keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.481.

Kata kunci: Pegawai Tenaga Kependidikan, Berbelanja Online

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Dalam kebutuhan sosial kita saling membutuhkan antara yang satu dengan yang lain, termasuk juga dalam kegiatan perekonomian. Salah satu bentuk perekonomian yaitu adanya pertukaran barang dengan jasa atau pertukaran barang dengan barang. Untuk memudahkan transaksi itu maka dibentuklah pasar sebagai sarana pendukungnya. [1]

Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk kelangsungan hidupnya atau kebutuhan akan kebendaan adalah dalam kegiatan ekonomi yang tidak akan terlepas dari usaha yang dilakukan untuk memperoleh harta benda untuk kelangsungan hidup, baik dalam bentuk benda secara langsung maupun dalam bentuk jasa. Agama Islam telah mengatur bagaimana cara memperoleh harta dengan baik, akan tetapi manusia tidak lepas dari sifat tamak dan serakah yang mementingkan diri sendiri tanpa memikirkan orang lain, apakah pebuatan itu terlarang atau diperbolehkan. Dari sifat yang demikian akan menimbulkan banyak kegiatan terutama bagi diri sendiri, diantara manusia tidak banyak mengharap kegiatan yang akan dilakukan kecuali akan mendapat berkah dan rahmat dari Allah SWT. Oleh karena itu agama Islam mensyariatkan kepada manusia untuk menjalankan aktivitas kehidupan demi kelangsungan hidup ini dengan sebaik-baiknya salah satunya adalah cara perdagangan atau jual beli.

Jual beli adalah perbuatan usaha yang halal dan mulia, walaupun pada dasarnya tujuan dari jual beli itu adalah untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan

---

[1]Ratih Setiawati, *Duit Ngalir Bak Banjir dengan Bisnis Online*, (Yogyakarta: FlashBooks,2013), hal.7.

hidup dari manusia bukan berarti semuanya boleh. Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai keleluasaan dari-Nya bagi hamba-hamba-Nya. Karena kita tahu dari pakar ekonomi bahwa kebutuhan hidup manusia itu terbagi kedalam tiga bentuk, pakar ekonomi menjelaskan bahwa manusia secara langsung mempunyai kebutuhan pokok yaitu sandang, pangan dan papan sebagai tempat tinggal dan lain sebagainya demi kelangsungan hidupnya.

Ajaran Islam diwujudkan dalam bentuk kesatuan antara keyakinan (iman), perbuatan (amal) dan moralitas (akhlak). Amal dapat dikategorikan menjadi kelompok besar, yaitu ibadah dan muamalah dan harus didasarkan atas dasar aqidah yang benar sehingga menghasilkan kegiatan ekonomi yang berakhlak dan bermoral. Kegiatan ekonomi hanya akan mampu membawa kepada falah selama dilaksanakan berdasarkan aqidah Islam dan diwarnai dengan moral Islam.[2] Dalam kehidupan manusia mempunyai dua kebutuhan yaitu kebutuhan akan rohani dan kebutuhan akan jasmani atau kebendaan yang berguna untuk kelangsungan hidup. Kebutuhan rohani didasarkan kepada pendekatan diri kepada Allah SWT dengan cara beribadah. Sedangkan, kebutuhan jasmani atau kebutuhan terhadap benda demi kelangsungan hidup di dapat dari hubungan manusia dengan manusia yang lain.

Dizaman serba kompleks seperti sekarang, kepraktisan adalah suatu hal yang wajib. Termasuk juga kepraktisan dalam pembelian, kemacetan dijalan membuat cara pembelian tradisional menjadi kurang praktis karena waktu, tenaga dan uang transportasi kita terbuang percuma di jalan. Oleh karena itu secara *online* maka informasi telah memungkinkan kita melakukan pembelian secara praktis, yakni belanja melalui sistem *online* sehingga konsumen dapat membeli barang kebutuhan dari mana saja.

---

[2]Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3E*I*),(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2008),h,13-16.

Revolusi alat pembayaran baru saja dimulai. Kini umat manusia semakin praktis dalam bertransaksi. Aneka macam pilihan datang menghampiri. Mulai dari lembar check hingga sehelai uang elektronik alias e-money. Peradapan awal umat manusia melakukan aktivitas ekonomi, alat pembayaran sangat ribet alias jauh dari kata praktis.[3] Bayangkan saja untuk membeli sebidang tanah, maka harus dibayar dengan beberapa kuda. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi merevolusi cara bertransaksi menjadi sangat sederhana. Barter adalah metode bertransaksi paling tua didunia. Diperkirakan mulai pada tahun 6000 SM. Cara barter, diperkirakan dipelopori oleh bangsa Mesopotamia dan dikembangkan bangsa Babilonia. Berbagai barang pernah digunakan sebagai standar barter tapi yang paling populer digunakan untuk pertukaran adalah garam. Selanjutnya berlanjut pada emas. Emas adalah salah satu alat pembayaran sebelum uang kertas digagas logam mulia diterima disemua negara sebagai benda berharga karena nilainya tidak pernah berubah. Setelah uang resmi diperkenalkan dan diterima secara luas, maka uang kertas menjadi alat pembayaran. Pada awalnya uang kertas dibuat oleh suatu negara sebesar nilai emas. Nilai uang kertas dijamin dengan emas. [4]

Namun saat ini, jumlah uang kertas yang beredar tidak lagi didasarkan pada jaminan emas. Kemudian berkembang cek atau bilyet. Dirasakan masih kurang praktis dengan uang jika transaksi dalam jumlah besar maka otoritas keuangan mengeluarkan alat transaksi yang yang bernama cek dan bilyet. Keduanya menyerupai surat pemberitahuan tentang otoritas klaim sejumlah uang yang nominalnya tertuang didalam selembar cek atau bilyet giro. Namun rupanya teknologi terus berkembang. Penggunaan uang kertas, cek dan bilyet dan giro tidak cukup di era

[3]http//:www.google.co.id/search=*Transformasi Transaksi dari Barter sampai E-Money*, diakses 13 juni 2017.

[4]http//:www.google.co.id/search=*Transformasi Transaksi dari Barter sampai E-Money*, diakses 13 juni 2017.

serba cepat dan praktis yang menuntut keamanan bertransaksi .selain membutuhkan cost bahan baku, uang kertas dan cek atau bilyet giro juga mudah rusak dan disalah gunakan. Singkatnya masih bisa dibut terobosan alat pembayaran yang praktis dan aman. Maka kemudian diera kekinian munculah e money atau uang elektronik. Uang elektronik memiliki nilai tersimpan (stored-value) atau prabayar (prepaid) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam satu media elektronik yang dimiliki seseorang.

Dengan adanya sosial media dapat dilakukan transaksi pembelian secara *online* sehingga konsumen lebih mudah melakukan pembelian tanpa harus bertemu langsung dengan produsen, yang memungkinkan konsumen untuk memperoleh informasi transaksi elektronik dan melakukan pembelian dengan jaringan internet. Pembelian secara *online* ini lebih mempermudah konsumen, seperti dahulu para karyawan pergi kepasar untuk melakukan pembelian sedangkan waktu mereka sangat sedikit untuk hal seperti ini karena beban pekerjaan mereka, sekarang transaksi tersebut bisa dilakukan dengan sistem *online* yaitu hanya tinggal membuat halaman website, kemudian langsung melihat dan memilih barang yang di inginkan. Begitulah bisnis *online* banyak memberi kemudahan bagi para pengusaha maupun bagi para konsumen. [5]

Manfaat yang dapat diperoleh karyawan dalam menggunakan belanja secara *online* adalah bisa melakukan transaksi: (1) Transaksi pembelian, informasi terhadap produk-produk, agar pelanggan mudah melakukan pembelian, belajar dan bekerja seperti melakukan pembelian secara *online*. (2) Transaksi secara elektronik, seperti pembelian barang melalui internet, pembayaran terhadap pembelian barang dan lain sebagainya. Belanja *online* sebagai perantara dalam transaksi jual beli berfungsi sebagai penyalur barang atas pembelian suatu produk dari penjual dan pembeli,

[5]http//www.Google.co.id/search= *perkembangan penggunaan internet dan pengarunya terhadap bisnis online*,diakses 3 februari 2017

penjual dan pembeli bisa saja yang letaknya saling berjauhan sehingga penjual menggunakan fasilitas sistem *online* untuk melakukan penjualan atas barang yang di jualnya kepada pembeli. Begitu juga dengan transaksi pembelian dimana konsumennya yang berada dirumah dapat memperoleh informasi produk-produk dan memesankan barang secara *online* di rumah.[6]

Berbagai macam barang bisa kita dapatkan secara *online,* dari baju, tas, sepatu, dan aksesorisnya, kosmetik sampai dengan perhiasan bahkan kendaraan seperti mobil dan motor, bisa kita beli secara *online* melalui internet, hanya melakukan sekali `klik` saja. Tidak perlu harus bertemu penjual atau pembeli secara langsung, tidak perlu menemui wujud pasar secara fisik, namun hanya dengan menghadap layar monitor komputer, handpone atau gadget dengan koneksi internet tersambung, kita dapat melakukan transaksi jual beli secara cepat dan nyaman.

Begitu juga bagi pegawai kampus IAIN Bukittinggi mereka harus bisa membagi waktu antara pekerjaan dan keluarga bahkan mereka harus mengorbankan waktu bersama keluarga demi pekerjaan, namun mereka juga harus memenuhi kebutuhan dirinya dan keluarga. Tidak jarang jika pegawai harus memanfaatkan waktu istirahat yang sedikit untuk berbelanja demi memenuhi kebutuhan dirinya dan keluarga. Kadang waktu yang sangat terbatas, jarak yang harus ditempuh membuat mereka harus membeli kebutuhan yang seperlunya saja.

Bagi pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi, Pengambilan keputusan dalam memilih barang pada pasar online, sangat bergantung pada kebutuhan dan keinginan mereka. Apalagi kemudahan-kemudahan yang diberikannya. Tidak memakan waktu yang lama, tanpa harus mengunjungi pusat perbelanjaan. Apalagi di pasar online sudah banyak toko-toko yang dapat di kunjungi, kita dapat memilih

[6]http//www.Google.co.id/search= *perkembangan penggunaan internet dan pengarunya terhadap bisnis online*,diakses 3 februari 2017

barang yang kita inginkan karena berbagai produk telah tersedia disana, kita juga dapat membandingkan harga barang dari satu toko ke toko yang lainnnya.

Dalam Islam perilaku konsumen diatur sedemikian rupa, maksudnya adalah ada beberapa hal yang harus diperhatikan konsumen sebelum melakukan pembelian terhadap suatu produk, adapun hal-hal itu adalah penggunaan barang yang bersih, baik dan bermanfaat. Konsumen muslim di anjurkan menggunakan kekayaan mereka, baik langsung atau tidak, pada hal-hal yang mereka anggap baik dan menyenangkan bagi mereka. Islam tidak melarang untuk menikmati barang-barang yang bersih dan halal, tetapi juga tidak membolehkan kehidupan materialisme yang berdasarkan hawa nafsu belaka.[7] Bagi pegawai IAIN Bukittinggi dalam belanja online mereka juga mempertimbangkan barang yang baik, halal dan haramnya. Melihat barang yang tidak ada dipasar nyata tapi ada di pasar online dan membandingkan harganya dengan pasar nyata.

Alqur`an telah menjelaskan dalam al-Qur`an surat al-A`raf (7):31

Artinya : "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Sikap sederhana dituntut dalam kehidupan pribadi dan bernegara. Khususnya dalam pribadi manusia dituntut untuk bersikap sederhana sebagaimana dijelaskan pada paragraf di atas. Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi artinya seorang konsumen harus meningkatkan kemajuan dan spiritual, misalnya jika mau melakukan setiap aktivitas dituntut untuk mengawalinya dengan menyebut nama Allah dengan

[7]Syihabudin dan Ma`zumi, *Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam* (Jakarta: Diadat Media), hal. 61.

tujuan agar mereka merasakan kehadiran illahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya.

Perilaku masyarakat luas dalam berbelanja kadang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan tekhnologi. Orang pada umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara. Pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga mempengruhi sikap dan konsep jati diri seseorang Karena orang tersebut umumnya ingin menyesuaikan diri, ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.[8] Bagi pegawai IAIN Bukittinggi mereka juga mengikuti perkembangan tekhnologi, perkembsngan belanja yang semakin canggih saat ini juga membuat mereka termotivasi untuk mencoba belanja di pasar online.

Penulis telah melakukan penelitian awal di kampus II IAIN Bukittinggi. Jumlah pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi berjumlah 91 orang baik dari PNS ataupun PHL Dari 91 orang pegawai, 35 orang pegawai yang telah di wawancari diantaranya 2 orang pegawai FEBI, 3 orang pegawai FTIK, 3 orang pegawai FUAD, 6 orang pegawai pustaka, 12 orang pegawai rektorat, 5 orang satpam, 2 orang supir, 2 orang klinik kesehatan. Dari 35 orang, 14 orang suka belanja online, 10 orang ada belanja online dan 11 orang tidak suka belanja online.

Dari hasil observasi awal dapat disimpulkan bahwa sebagaian besar pegawai tenaga kependidikan suka berbelanja online. Ini dapat dilhat dari 35 orang pegawai, 24 orang ada belanja di pasar online. Oleh sebab itu, penulis ingin mengetahui apa

[8] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta:Kencana, 2008), hal. 12.

alasan pegawai untuk belanja di pasar *online*. Dan hal apa yang mempengaruhi mereka untuk berbelanja online.

Padahal di pasar *online* banyak kelemahannya. Kita hanya dapat melihat barang secara gambar, ini membuat kita tidak cukup puas dalam berbelanja. Kita tidak dapat melihat barang dan meraba secara langsung. Jika kita melihat gambar dan mengira-ngira wujudnya saja, bisa jadi barang yang dibeli tidak sesuai dengan barang yang kita harapkan. Kita takut kecewa dengan barang yang didapatkan, apalagi setelah melakukan transfer sejumlah uang. Karena transaksi pasar *online*, dilakukan dengan mengirimkan sejumlah uang tertentu terlebih dahulu kepada toko *online,* barang baru bisa dikirim.

Apalagi saat ini masih banyak penipuan berkedok *online* shop alias pasar *online* fiktif. Gambar, harga miring, diskon besar-besaran, komentar-komentar positif yang tetera pada toko *online* tersebut, belum bisa dijadikan jaminan yang cukup untuk mempercayainya.[9]

Dalam penelitian ini penulis memilih karyawan IAIN Bukittinggi sebagai objeknya karena IAIN Bukittinggi merupakan institute pemerintahan yang lembaganya yang berkonsentrasi pada agama islam, lebih memahami ekonomi perilaku belanja yang islami dan bisa dijadikan panutan bagi masyarakat luas.

Dengan adanya kelebihan dan kekurangan pada pasar online, penulis ingin mengetahui alasan pegawai IAIN Bukittinggi masih mau berbelanja online. Jadi dari latar belakang masalah di atas penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul *"**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEGAWAI TENAGA KEPENDIDIKAN IAIN BUKITTINGGI DALAM BELANJA ONLINE MENURUT EKONOMI ISLAM**".*

[9] http:// www.Google.co.id /search= *menjamurnya online shop*, diakses 3 februari 2017.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dilakukan identikasi masalah sebagai berikut:

1. Pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi banyak yang belanja online.
2. Belum diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pegawai IAIN Bukittinggi dalam belanja onlie.
3. Belum diketahui apakah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pegawai IAIN Bukittinggi sudah sesuai dengan perspektif ekonomi islam.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi di atas, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen dilihat dari faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor budaya dalam mempengaruhi keputusan pembelian di pasar *online* pada pegawai ketenaga pendidiksn IAIN Bukittinggi menurut Ekonomi Islam.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor apakah yang mempengaruhi keputusan pegawai tenaga kependidikan di IAIN Bukittinggi dalam berbelanja secara online menurut perspektif Ekonomi Islam.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor aqidah, faktor kebudayaaan, faktor sosil, faktor pribadi dan faktor psikologi mempengaruhi pembelian di pasar *online* pada pegawai tenaga kpendidikan di IAIN Bukittinggi menurut perspektif Ekonomi Islam.

2. Kegunaan penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang faktor-faktor apa saja yang mempengruhi keputusan pembelian dalam berbelanja *online* menurut perspektif Ekonomi Islam.

b. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang diharapkan bahwa seluruh tahapan penelitian dan serta hasil penelitian dapat memperluas wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan tentang apa saja yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pada berbelanja *online* menurut perspektif Ekonomi Islam.

c. Manfaat akademis

Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi dan sumber pengetahuan bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap perilaku konsumen dalam membeli suatu produk sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

E. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memahami makna yang dimaksud, penulis perlu menjelaskan istilah-istilah yang di pakai dalam pembahasan ini:

Faktor	: hal yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu.[10] Yang penulis maksud adalah faktor yang mempengaruhi terjadinya keputusan konsumen terhadap pembelian dalam belanja online.
Pegawai ketenaga pendidikan	: Setiap orang yang memberikan jasa terhadap kampus IAIN Bukittinggi dengan mendapatkan balas jasanya.[11]
Keputusan pembeli	: merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Pengambilan keputusan juga merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan

[10] Sulcham yasyim, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia ,(Surabaya: Amanah, 1995),*hal 61.
[11] http://www.Google.co.id/search=pengertian karyawan dan jenis-jenis karyawan di perusahaan,diakses 03 februari 2017.

Belanja *Online* : Suatu bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui internet menggunakan browser web.[12]

Berdasarkan penjelasan judul di atas yang penulis maksud dengan judul proposal adalah factor yang mempengaruhi keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja online menurut ekonomi islam.

F. Kajian Terdahulu

Penelitian tentang perilaku konsumen telah dilakukan oleh peneliti terdahulu seperti penelitian oleh Riva Lidia Putri (2013) yang meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku wisatawan dalam membelanjakan pendapatan pada daerah wisata Bukittinggi dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang menghasilkan kesimpulan bahwa perilaku wisatawan yang berkunjung kedaerah wisata Bukittinggi masih berada pada tahap wajar dalam ajaran Islam, karena mereka akan mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya. Dan terpenting tidak pada tahap berlebih-lebihan atau mubazir. Selain itu mereka juga mengkonsumsi suatu produk yang dapat mendatangkan manfaat bagi mereka.[13]

Selanjutnya penelitian yang dilkukan oleh Fika Reflina (2015) yang meneliti tentang Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Pembelian Hijab Pashmina menurut Perspektif Ekonomi Islam. Yang menghasilkan kesimpulan bahwa apa saja faktor yang menjadi pertimbangan konsumen terhadap pembelian hijab pashmina, bagaimana perilaku konsumen tersebut secara umum mengambil keputusan terhadap

[12] http:// www,Google.co.id/search=pengertian, kelebihan dan keuntungan belanja online, diakses 3 juni 2017.

[13] Riva Lidia Putri, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Wisatawan dalam Membelanjakan Pendapatan pada Daerah Wisata Bukittinggi* ,skripsi IAIN Bukittinggi tidak diterbitkan, 2013.

pembelian hijab pashmina. Ternyata hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa faktor aqidah, kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis memiliki hubungan terhadap keputusan dalam pembelin hijab pashmina.[14]

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Nurfajri (2014) yang meneliti tentang Analisis Perilaku Konsumen Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam STAIN Bukittinggi dalam Pemutuskan Pembelian Telepon Seluler. Yang menghasilkan kesimpulan bahwafaktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mahasiswa Prodi Ekonomi Islam STAIN Bukittinggi dalam memutuskan pembelian Telepon Seluler yang paling berpengaruh adalah faktor psikologis yang meliputi aspek motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Apabila dikaitkan dengan ajaran Islam, perilaku konsumsi mahasiswa dalam pembelian Telepon Seluler sudah sesuai dengan ajaran Islam karena membeli telepon seluler sesuai dengan kebutuhan.[15]

Perbedaan antara kajian terdahulu dengan penelitian yang penulis teliti adalah Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi terhadap Kepususan Pembelian di Pasar Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam. dLm penelitian ini penulis ingin melihat apakah faktor aqidah, budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempengaruhi keputusan pembelian di pasar online.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan dan mendapatkan gambaran yang utuh dan terpadu mengenai kajian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

---

[14] Fika Reflina, *Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Pembelian Hijab Pashmina Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, skripsi IAIN Bukittinggi tidak diterbitkan, 2015.

[15] Nurfajri, *Analisi Perilaku Konsumen Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam STAIN Bukittinggi dalam Memutuskan Pembelian Telepon Seluler*, skripsi IAIN Bukittinggi tidak diterbitkan, 2014.

Bab I pendahuluan yang terdiri dari belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori yang terdiri dari perilaku konsumen, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, belanjanline, dan perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi islam.

Bab III Metode penelitian, penulis membahas tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, dan waktu penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data.

Bab IV Penelitian, penulis membahas tentang: faktor yang mempengaruhi pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukitinggi dalam berbelanja secara online menurut ekonomi islam.

Bab V Penutup, penulis membahas tentang kesimpulan dan saran-saran. Disini dijelaskan bagaimana penyelesaian dan persoalan-persoalan yang dikemukakan dalam rumusan masalah berikut alasan-alasannya. Tidak lupa dengan saran-saran yang berguna dengan persoalan yang akan dibahas.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen

1. Pengertian perilaku konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Perilaku konsumen The *American Marketing Association* merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan dalam hidup mereka.

Dari defenisi di atas terdapat 3 (tiga) ide penting yaitu: (1) perilaku konsumen adalah dinamis, (2) hal tersebut melibatkan interaksi antara efeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian sekitar, (3) hal tersebut melibatkan pertukaran.[1]

Perilaku konsumen (*consumer behavior*)merupakan kegiatan yang langsung terkait dengan upaya mendapatkan, mengkonsumsi dan membeli produk berupa barang dan jasa. Termasuk keputusan yang mendahului dan mengikuti kegiatan tersebut. Perilaku konsumen juga merupakan aturan yang berorientasi pada maksud dan tujuan tertentu dari seorang konsumen. Tujuan untuk memahami perilaku konsumen merupakan kepentingan tertentu seperti, kepada siapa, untuk bagaimana alasan dan keinginan dalam mempengaruhi dan mengubah dari perilaku konsumen tertentu, termasuk untuk kepentingan pemasaran pengamatan

[1] Nugroho J Setiadi, *Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Edisi Pertama*(Jakarta: Prenada Media Group, 2008)cet. Ke-3,hal. 3.

perilaku konsumen menjadi dasar pertimbangan yang sangat penting dalam penetapan strategi pemasaran.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut kotler, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi. Dan dalam Islam faktor aqidah juga mempengaruhi keputusan perilaku konsumen. Sebagian faktor-faktor itu diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya harus diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut akan mempengaruhi terhadap pembelian konsumen.[2]

a. Faktor Sosial

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta peran dan status.

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidk langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh seseorang dinamakan “Kelompok Keanggotaan”.

Beberapa kelompok keanggotaan adalah:[3]

---

[2] Nugroho J Setiadi, *Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Edisi Pertama*……cet. Ke-3,hal. 11.

[3] Nugroho J Setiadi, *Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Edisi Pertama*……cet. Ke-3,hal.12.

a) Kelompok primer, seperti keluarga, teman tetangga dan rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang secara continue dan informal. Pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja online kadang juga dipengaruhi oleh keluarga dan teman kerja. Karena pada awalnya mencoba dan menjadi suka untuk belanja online.
b) Kelompok sekunder yang cendrung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Karena teknologi yang semakin canggih dan belanja online sedang di gemari oleh banyak orang mereka juga tidak mau ketinggalan dalam melakukan belanja secara online.

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok referensi dari konsumen sasaran mereka. Orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara (1) kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru, (2) mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jati-diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin "menyesuaikan diri". (3) mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dan telah ditelitisecara mendalam. Keluarga merupakan dua atau lebih orang yang mempunyai hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama-sama[4]Dalam arti yang lebih dinamis keluarga

[4]Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.J Jhalauw, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 1997), hal. 163.

merupakan anggota-anggota dari kelompoksosial yang paling mendasaryang hidup bersama-sama dan berinteraksi untuk saling memuaskan kebutuhan pribadi masing-masing.Bagi pegawai IAIN Bukittinggi keluarga adalah yang paling penting untuk mengambil keputusan belanja secara online. Untuk mengatasi resiko-resiko yang akan terjadi. Karena dalam belanja online banyak kekurangan-kekurangan yang akan membuat fatal.

b. Faktor Pribadi

Faktor pribadi didefinisikan sebagai karakteristik psikolgis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu:

1) Umur dan tahap daur hidup

Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makan, pakaian, perabot dan reaksi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Perkembangan belanja online yang menyediakan berbagai macam barang dan merek yang di inginkan, membuat pegawai lebih leluasa memilih sesuai dengan kebutuhannya saat itu.[5]

2) Pekerjaan

[5]Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.J Jhalauw, *Perilaku Konsumen*……..hal. 164.

Pekerjaan sesoarang dipengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata akan produk dan jasa mereka. Sebuahperusahaan bahkan dapat melakukan spesialisasi. Dalam pekerjaannya pegawai mempertimbangkan barang yang akan dibelinya dengan propesi yang yang di sandangnya.

3) Situasi ekonomi

Situasi ekonomi sekarang akan mempengaruhi pilihan produk. Pemasar produk yang peka terhadap pendapatan mengamati kecendrungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat. Bila indikator ekonomi menunjukan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali dan mengubah harga produknya.Bagi pegawai dalam membelanjakan uangnya di pasar online mereka juga mempertimbangkan pemasukan dan pengeluaran yang di hasilkannya.

4) Gaya hidup

Pola kehidupan seseoarang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat, dan opini yang lebih dari sekedar kelas sosial dan kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan pola bereaksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan di dunia.[6] Sebagian pegawai kadang juga memperhatikan gaya hidupnya dalam keputusan belanja.

5) Kepribadian dan konsep diri

[6] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008),hal.13.

Kepribadian setiap orang jelas mempengaruhi tingkah laku membelinya. Kepribadian mengacu kepada karaktersistik psikolologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsistendan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Bagi pegawai kepribadian dirinya dalam belanja *online*.

B. Belanja*Online*

1. Pengertian Belanja *online*

Belanja *Online* atau e-shopping adalah suatu bentuk perdagangan secara elektronik yang memungkinkan konsumen untuk langsung membeli barang atau jasa Dari penjual melalui internet menggunakan browser web.[7] Nama lainnya adalah : e-*webstore*, e-*shop*, e-*store*, internet shop, web-shop, web-store, toko online dan toko virtual. Mobile commerce (m-commerce) menjelaskan pembelian dari ponsel situs *online* dioptimalkan pengecer online atau app.

Sebuah toko online membangkitkan analogi fisik membeli produk atau jasa di toko bata-dan-mortir atau pusat perbelanjaan; Proses ini disebut business-to-consumer (B2C) belanja online. Dalam kasus di mana bisnis membeli dari bisnis lain, proses ini disebut business-to-business (B2B) belanja online. Yang terbesar perusahaan ritel online Alibaba, Amazon.com, dan eBay.Sukses Ritel tidak lagi semua tentang toko fisik.Hal ini terbukti karena peningkatan pengecer kini menawarkan antarmuka toko online bagi konsumen.Dengan pertumbuhan belanja online, datang banyak kesempatan cakupan tapak Belanja baru bagi toko-toko yang tepat dapat memenuhi permintaan Belanja luar negeri dan persyaratan layanan.

[7]http//:www.google.co.id/search= *Belanja Online,* diakses 13 juni 2017.

2. Cara Pembayaran

Pembeli online biasanya menggunakan kartu kredit atau account PayPal untuk melakukan pembayaran. Namun, beberapa sistem memungkinkan pengguna untuk membuat account dan membayar dengan cara alternatif,[8] seperti:

a. Penagihan ke ponsel dan sambungan telepon rumah
b. Cash on delivery (C.O.D.)
c. Cek / Periksa
d. kartu debit
e. Debit langsung di beberapa negara
f. Uang elektronik dari berbagai jenis
g. Wesel pos

Beberapa toko *online* tidak akan menerima kartu kredit internasional. Beberapa membutuhkan penagihan pembeli dan alamat pengiriman berada di negara yang sama sebagai dasar toko online yang operasi. Toko online lainnya memungkinkan pelanggan dari negara manapun untuk mengirim hadiah di mana saja.Bagian keuangan dari transaksi dapat diproses secara real time (misalnya membiarkan konsumen tahu kartu kredit mereka ditolak sebelum mereka log off), atau dapat dilakukan nanti sebagai bagian dari proses pemenuhan.[9]

3. Kelebihan dan Kekurangan Belanja Online

Dengan peningkatan penggunaan internet, semakin banyak orang tertarik melakukan belanja online.Ini berarti pembelian produk telah memperoleh popularitas besar di masa sekarang ini.Sebelumnya, internet hanya dapat diakses oleh orang dari

[8]http//:www.google.co.id/search= *Belanja Online,* diakses 13 juni 2017.
[9]http//:www.Google.co.id/search=*Defenisi, sejarah, perkembangan,keuntunganbelanja online,* diakses 13 juni 2017.

negara maju, tapi revolusi terakhir telah dibuat dan dapat diakses oleh hampir seluruh bagian dunia.Sekarang orang berbondong-bondong untuk berbelanja secara virtual di internet.Banyak orang saat ini lebih memilih untuk berbelanja online karena sangat nyaman dan mudah. Setiap konsumen yang telah berpengalaman akan memiliki pandangan sendiri tentang hal itu. Konsep belanja barang melalui layanan *online* telah sangat diakui dan diterima, karena menyediakan beberapa manfaat kepada pelanggan.Namun, setiap aspek yang baik memiliki juga sisi buruk dan ini berlaku untuk belanja online.Kelebihan dan kerugian dari jenis belanja *online* tercantum di bawah ini.

a. Kelebihan Belanja *Online*

Bagian terbaik dari *belanja online* adalah bahwa anda dapat berbelanja dari rumah.Tidak perlu pergi ke mall untuk membeli item yang anda butuhkan.Yang diperlukan hanyalah tinggal memesan saja.[10]

1) Ketika anda berbelanja dari rumah anda maka dapat menghemat tenaga dalam mencari produk yang diinginkan.
2) Hal ini sangat mudah dilakukan, anda hanya tinggal kunjungi situs, mencari produk dan membelinya.
3) Belanja *online* memberi anda hak istimewa untuk berbelanja kapanpun anda inginkan. Toko-toko tidak pernah tutup dan anda dapat melakukan belanja 24×7.
4) Anda tidak perlu pindah dari toko ke toko untuk mencari jenis produk yang tersedia di pasar. Pilihan yang tersedia secara *online* sangat banyak dan ini adalah salah satu fitur terbaik dari belanja *online*.

[10]http//:www.google.co.id/search=*Kelebihan dan kerugian Belanja Online,* diakses 13 juni 2017.

5) Belanja di mall dan toko membuat sulit untuk membandingkan antara fitur dan harga produk. Belanja melalui *website* menyediakan perbandingan produk dan membantu dalam memutuskan mana yang harus dibeli.
6) Banyak situs memberikan diskon khusus dari waktu ke waktu untuk menarik pelanggan. Anda selalu dapat membeli produk tersebut dan menghemat uang.

b. Kerugian belanja *online*

1) Kerugian pertama adalah bahwa ada jeda waktu antara pembayaran dan pengiriman produk.
2) Anda tidak dapat mencoba produk sebelum membelinya. Banyak orang suka mencoba-coba sebelum melakukan pembayaran. Fitur ini hilang saat anda membeli produk secara *online*.[11]
3) Biaya pengiriman tinggi dan sering adanya tambahan biaya produk. Perusahaan biasanya menetapkan biaya pengiriman yang sangat tinggi, yang menambah total pengeluaran. Jika produk dikirim dari negara lain, maka anda bertanggung jawab untuk membayar pajak tambahan juga.
4) Modus pembayaran mungkin tidak aman. Melakukan pembayaran online melalui debet atau kartu kredit mungkin merupakan modus transaksi yang rawan. Oleh karena itu penting untuk memeriksa apakah ada jaminan gateway pembayaran atau tidak.
5) Kemungkinan kerusakan produk saat pengiriman tidak dapat dibatalkan. Jika produk yang diterima rusak, maka bisa memakan waktu beberapa hari untuk penggantian atau perusahaan tidak dapat memberikan penggantian sama sekali.

[11]http//:www.google.co.id/search=*Kelebihan dan kerugian Belanja Online,* diakses 13 juni 2017.

6) Kemudahan belanja bisa sangat berbahaya bagi shopaholics, karena mereka mungkin akan terprovokasi untuk membeli banyak item yang menyebabkan pengeluaran yang tidak diinginkan.

7) Jika terjadi kesalahan ataupun penangguhan, anda harus mengikuti prosedur yang panjang dan menunggu selama beberapa hari sampai masalah terselesaikan.[irp posts=”6815″ name=”Tips Belanja *Online*”]

8) Anda harus memiliki debit atau kartu kredit untuk melakukan pembelian. Tidak semua *website* memberikan banyak pilihan untuk melakukan pembayaran terutama jika berbelanja di *website* internasional.

9) Penipuan yang seringkali terjadi dalam berbelanja *online*.[12]

C. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam

1. Pengertian Konsumsi dalam Islam

Konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi keinginan manusia sepertimakanan, pakaian, perumahan, barang-barang, kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga lainnya.[13]Tak perlu dikatakan lagi bahwa tidak ada batas bagi keiginan manusia yang tak pernah dikencangkan itu.Mengingat hal itu, amat perlulah orang berhati-hati dalam mengkonsumsi kekayaan.Oleh karena itu, Islam mengajarkan kesederhanaan, kontrol diri dan kehati-hatian dalam membelanjakan kekayaan.

Islam mengatur seluruh perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya demikian pula dalam masalah konsumsi. Islam mengatur bagaimana manusia melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia

[12]http//:www.google.co.id/search=*Kelebihan dan Kerugian Belanja Online*, *diakses* 13 juni 2017.

[13] Muhammad Syarif Caudry, *Sistem Ekonomi Islam,* (Jakarta: Kencan Prenada Media Group, 2012), hal. 137.

berguna bagi kemashlahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia melalui Al-Qur`an dan Hadits supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hinakarena perilaku konsumsinya.

Perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, tidak tamak, supaya hidupnya selamat baik dunia maupun akhirat.[14]

Dalam islam juga dibahas adanya seluruh harta yang didapat oleh seorang konsumen muslim. Al-Qur`an berulang kali mengajarkan umat Islam agar menyalurkan sebagian hartanya dalam bentuk zakat, infaq dan sedekah. Konsumsi yang Islami, diantara ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi yaitu perlunya memperhatikan orang lain. hal lain adalah tujuan konsumsi itu sendiri dimana seorang muslim akan lebih memperhatikan mashlahah dari pada utilitas. Pencapaian mashlahah merupakan tujuan dari syariat Islam, yang tentu saja harus menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi.

Mengkonsumsi merupakan cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan bisa dimanfaatkan kepada jalan yang sebaik mungkin untuk masyarakat banyak.[15]Konsumen cendrung untuk memilih barang dan jasa yang memberika n mashlahah maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islami bahwa setiap pelaku ekonomi selalu meningkatkan maslahah yang diperolehnya. Kandungan mashlahah terdiri dari manfaat dan

[14]Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumendalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*,(Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2006). Hal. 4.

[15] Syihabudin Said, *Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam*, (Jakarta: Ddiadit Media, 2008), hal. 60.

berkah. Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika dia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau material. Di sisi lain berkah akan diperolehnya ketika ia akan mengkonsumsi barang/jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam. Mengkonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karena memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang/jasa yang telah dikonsumsi.[16]

Sehimgga seorang konsumen muslim dalam berkonsumsi memiliki pertimbangan dan batas sebagai berikut:

a. Adanya larangan *Israf* (berlebih-lebihan).

Prilaku *israf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian Islam tetap membolehkan seorang musllm untuk menikmati karunia kehidupan selama dalam batas kewajaran.

Dalam Al-Quran surat al-A`raf ayat 31:

يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ ٣١

Artinya : "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid[534], Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan[535]. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Ayat di atas menjelaskan bahwa tidak boleh mengkonsumsi secara berlebih-lebihan yakni tidak melampaui batas, hal tersebut merupakan suatu

[16]Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam P3EI,* (Jakarta:Rajawali Pers, 2014), hal.129..

tuntutan yang harus disesuaikan dengan setiap kondisi seseorang. Ayat tersebut mengajarkan sikap proporsional dalam makan dan minum.[17]

Selanjutnya difirmnkan dalam Al-Quran surat al-Maidah ayat 87:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تُحَرِّمُواْ طَيِّبَٰتِ مَآ أَحَلَّ ٱللَّهُ لَكُمۡ وَلَا تَعۡتَدُوٓاْۚ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُعۡتَدِينَ ٨٧

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia. Dalam menghapus perilaku *israf* Islam memerintahkan:[18]

1) Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat.
2) Menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.

Di sinilah kesejahteraan yang Islami itu dibangun, kesejahteraan itu tidak tepat apabila diukur dengan ukuran kemewahan seseorang. Kesejahteraan diukur menurut ukuran terpenuhinya kemashlahatan.

Kesejahteraan konsumen meningkat jika ia mengkonsumsi barang yang bermanfaatatau halal dan mentiadakan mengkonsumsi barang-barang

[17]Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam P3EI……* hal.130.
[18]Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam,*..... hal. 15.

yang burukatau haram. Islam melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa-apa yang sudah menjadi halal.[19]

Hal ini dijelaskan oleh Allah dalam al-Qur`an surat al-Maidah ayat88:

وَكُلُواْ مِمَّا رَزَقَكُمُ ٱللَّهُ حَلَٰلًا طَيِّبًا ۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ٱلَّذِيٓ أَنتُم بِهِۦ مُؤۡمِنُونَ ٨٨

Artinya: Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya."

Batasan konsumsi dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis komoditi-komoditi lainnya. Komoditi yang haram itu ada dua macam yaitu haram karena zatnya dan haram sesuatu karena zatnya.

Selain itu yang menjadi batasan konsumsi dalam syariah Islam termasuk aspek baik yang cocok yang baik yang tidak menjijikan, karena itu tidak semua yang diperkenankan boleh dikonsumsi untuk semua keadaan, syariah sendiri menganjurkan untuk memilih komoditi yang bersih dan bermanfaat dari semua komoditi yang bersih dan bermanfaat dari semua komoditi yang diperbolehkan.

[19]Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2007), hal.68.

b. Dalam Islam konsumsi atau pembelanjaan uang tidak hanya untuk materi saja tetapi juga termasuk jenis konsumsi sosial yang terbentuk dalam zakat dan sedeqah.[20]

Pengeluaran zakat dan sedeqah mendapatkan kedudukan amat penting dalam Islam sebab pengeluaran konsumsi tersebut akan memperkuat sendi-sendi sosial dimasyarakat. Sebagaimana firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 110.

وَأَقِيمُواْ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتُواْ ٱلزَّكَوٰةَۚ وَمَا تُقَدِّمُواْ لِأَنفُسِكُم مِّنۡ خَيۡرٖ تَجِدُوهُ عِندَ ٱللَّهِۗ إِنَّ ٱللَّهَ بِمَا تَعۡمَلُونَ بَصِيرٞ ١١٠

Artinya:110.dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahala nya pada sisi Allah. Sesungguhnya Alah Maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa seorang konsumen muslim tidak hanya mengkonsumsi barang dan jasa, melainkan zakat merupakan konsumsi seoarang muslim.

c. Konsumsi muslim akan mempertimbangkan perencanaan masa depannya dengan salah satu caranya yaitu menabung.[21]

[20]Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*……. hal.69
[21]Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*……. hal.70

Menabung adalah tindakan yang di anjurkan oleh islam karena dengan menabung berarti seseorang muslim mempersiapkan untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam al-Quran terdapat ayat-ayat yang secara tidak langsung telah memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari esok secara lebih baik yaitu terdapat dalam surat al-Hasyr ayat 18:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلۡتَنظُرۡ نَفۡسٞ مَّا قَدَّمَتۡ لِغَدٖۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ١٨

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa seorang konsumen disuruh untuk berlaku hemat dan mempersiapkan untuk hari esok, seperti halnya menabung.

Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa sikap hemat tidak berarti harus kikir dan bakhil, hemat berarti membeli untuk keperluan tertentu secukupnyadan tidak berlebih-lebihan. Ia tidak akan membeli atau mengeluarkan uang kepada hal-hal yang tidak perlu.[22]

d. Konsumen muslim harus mempertimbangkan syariat Islam dalam berpakaian untuk menutupi auratnya.

[22]Muhammad Syafil Antonio,*Bank Syariah dari Teori ke Praktek*.....hal. 153.

Islam melarang perempuan memakai pakaian yang membentuk dan tipis sehingga tampak kulitnya. Termasuk diantaranya ialah pakaian yang mempertajam bagian-bagian tubuh, khususnya bagian-bagian tubuh yang membawa fitnah.

e. Konsumen Islam dilarang berpakaian untuk berfoya-foya dan kesombongan.

Ketentuan secara umum dalam hubungannya dengan masalah menikmati hal-hal yang baik, yang berupa makanan, minuman, ataupun pakaian adalah ialah tidak boleh berlebih-lebihan dan untuk kesombongan. Berlebihan ialah melewati batas ketentuan dalam menikmati yang halal. Yang disebut kesombongan adalah erat sekali hubungannya dengan masalah niat, dan hati manusia itu berkait dengn masalah lahir. Dengan demikian, apa yang disebut kosombongan itu ialah bermaksud untuk bermegah-megahan, dan menunjuk-nunjukkan serta menyombongkan diri terhadap orang lain. padahal Allah SWT sama sekali tidak suka pada orang yang sombong.[23]Seperti firman Allah dalam surat al-Hadid ayat 23:

لِّكَيْلَا تَأْسَوْا۟ عَلَىٰ مَا فَاتَكُمْ وَلَا تَفْرَحُوا۟ بِمَآ ءَاتَىٰكُمْ ۗ وَٱللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿٢٣﴾

Artinya : "(kami jelaskan yang demikian itu) supaya kamu jangan berduka cita terhadap apa yang luput dari kamu, dan supaya kamu jangan terlalu gembira[1459] terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang sombong lagi membanggakan diri,

2. Norma dan Etika di Bidang Konsumsi

[23]Muhammad Syafil Antonio,*Bank Syariah dari Teori ke Praktek*.....hal. 154.

Menafkahkan Harta dalam Kebaikan dan Menjauhi Sifat Kikir.[24]

1) Menggunakan Harta Secukupnya

Memproduksi barang-barang yang baik dan memiliki harta adalah hak sah dalam islam. Namun, pemilikan harta itu bukanlah tujuan tapi sarana untuk menikmati karunia Allah dan wasilah untuk mewujudkan kemaslahatan umum, yang memang tidak sempurna kecuali dengan harta yang dijadikan Allah bagi manusia yang menjadi batu pijakan.

Mimiliki harta untuk disimpan, diperbanyak lalu dihitung-hitung adalah tindakan yang dilarang.Ia merupakan penyimpangan petunjuk Tuhan. Sunnah, sunnah mukmin, dan memungkiri keberadaan istikhlaf.

Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat berproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sikap kikir yang melampaui batasbatas, maka cepat atau lampat roda produksi niscaya akan berhenti, selanjutnya perkembangan bangsa pun terhambat.

2) Wajib membelanjakan harta

Perintah wajib membelanjakan uang tercantum setelah setelah anjuran beriman kepada Allah dan Nabi-Nya, ini pertanda jelasnya perintah membelanjakan uang, bukan sekedar anjuran yang boleh dikerjakan atau ditinggalkan.[25]

---

[24] Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam,* (Jakarta:Gema Insani,1997), hal. 138
[25]Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*……..hal. 139

a. Islam memerangi Tindakan Mubazir

Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahkannya di jalan Allah. Dengan kata lain Islam adalah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan. Sebagaimana seorang muslim dilarang memperoleh harta dari jalan haram, ia juga dilarang membelanjakan hartanya dalam hal-hal yang diharamkan. Ia juga tidak dibenarkan membelanjakan uang dijalan halal dengan melebihi kewajaran.

Al-Qur`an melarang kita memnbelanjakan harta dan menikmati hidup ini dengan boros. Lebih dari itu, Allah sendiri tidak menyukai para peemboros. Sikap boros adalah sikap manusia yang melampaui batas kewajaranAl-Qur`an mencap orang-orang kafir sebagai melampaui batas.

Boros hampir sama dengan mubazir, arti mubazir adalah menghambur-hamburkan uang tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan ganjaran pahala.Islam mengharamkan berlebih-lebih dan kemewahan, karena bahaya kemewahan dibidang ekonomi dan sosial dalam hubungannya dengan individu maupun orang banyak.Kemewahan menyebabkan orang mengeluarkan harta banyak-banyak untuk hal- hal yang tidak berguna.Kalaupun ada itu hanya untuk pemiliknya.[26]

3. Teori Konsumsi Islami

[26]Ahmad Muhammad, Fathi Ahmad, *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam,* (Jakarta: CV Pustaka Setia, 1999), hal. 99.

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh keepuasan (utility) dalam kegiatan asumsinya.Dalam konteks ekonomi, utility dimaknai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengkonsumsi suatu barang.Dalam ekonomi konvensional tujuan konsumen adalah mencari kepuasan tertinggi.Penentuan barang atau jasa untuk dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan.Batasan konsumsi pada ekonomi konvensional hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsilah barang tersebut.

Perilaku konsumsi tersebut tentunya tidak dapat diterima begitu saja dalam ekonomi Islam.Konsumsi yang Islami selalu berpedoman pada ajaran Islam. Diantaranya ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya perlunya memperhatikan orang lain. Tujuan konsumsi muslim yaitu mempertimbangkan maslahah dari pada utilitas. Pencapaian maslahahmerupakan tujuan dari syariat Islam (maqasyid syariah).[27]

4. Konsep Rasionalitas dalam Islam

Setiap analisis ekonomi selalu didasarkan atas asumsi mengenai perilaku para pelaku ekonominya.Terminologi rasionalitas merupakan terminology yang longgar, terminologi rasionalitas dibangun atas dasar kaidah-kaidah yang diterima secara universal dan tidak perlu dilakukan pengujian untuk membuktikan kebenarannya, yang disebut sebagai aksioma-aksioma. Aksioma-aksioma ini akan diposisikan sebagai acuan dalam pengujian rasionalitas dari suatu argument atau perilaku. Rasionalitas Islam dibangun atas dasar aksioma-aksioma yang

[27]*PusatPengkajiandanPengembanganEkonomiIslam*, *P3EI*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 127-128.

diderivikasikan dari agama Islam. Secara garis besar ada beberapa aksioma yaitu sebagai berikut:[28]

a. Setiap Pelaku Ekonomi Bertujuan Untuk Mendapatkan Mashlahah

   Untuk mewujudkan kesejahteraan falahmaka kegiatan ekonomi diarahkan untuk mencukupi lima jenis kebutuhan guna menghasilkan maslahah. Karena pada dasarnya setiap pelaku ekonomi akan berorientasi untuk mencapai maslahah.

b. Setiap Pelaku Ekonomi Selalu Berusaha Untuk Tidak Melakukan Kemubaziran (*nonwasting*)

   Untuk mencapai suatu tujuan maka diperlukan suatu pengorbanan, jika pengorbanan tersebut lebih besar dari hasil yang diharapkan, maka dapat dipastikan bahwa telah terjadi pemubaziran atas suatu sumber daya.

c. Setiap Pelaku Ekonomi Selalu Berusaha Untuk meminimumkan Resiko (*risk aversion*)

   Resiko adalah suatu yang tidak menyenangkan, karena itu menurunkan mashlahah yang diterima.Resiko yang dapat di antisipasi (*anticipated risk*) saja yang dapat dihindari atau diminimumkan.Ada juga resiko-resiko yang setiap orang bersedia untuk menanggungnya, karena pertimbangan maslahah yang lebih besar.

d. Setiap Pelaku Ekonomi Dihadapkan Pada Situasi Ketidak pastian

   Ketidak pastian dapat menurunkan maslahah yang diterima. Kemunculan resiko dalam banyak hal dapat diantisipasi melalui gejala yang ada. Secara spesifik, situasi ketidakpastian akan dapat menimbulkan resiko. Dengan

[28]*PusatPengkajiandanPengembanganEkonomiIslam, P3EI,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal.27

begitu suatu ketidakpastian banyak diidentikkan dengan resiko itu sendiriatau ketidakpastian dianggap sebagai *dual* dari resiko.Oleh karena itu, situasi ketidak pastian juga dianggap sebagai situasi yang dapat menurunkan nilai maslahah.,[29]

e. Setiap Pelaku Berusaha Melengkapi Informasi Dalam Upaya Meminimumkan resiko

Dalam kondisi ketidakpastian, setiap pelaku berusaha untuk mencari dan melengkapi informasi serta kemampuannya. Hal ini kemudian digunakan untuk mengkalkulasikan apakah suatu resiko masuk dalam kategori bernilai atau tidak bernilai sehingga dapat ditentukan keputusan apakah akan menghadapi resiko tersebut atau menghindarinya.

Disamping aksioma-aksioma yang bersifat universal di atas, juga terdapat aksioma lain yang merupakan sesuatu yang diyakini dalam islam,[30] antara lain:

1) Adanya Kehidupan Setelah Mati

Menurut Islam kematian bukan merupakan akhir dari kehidupan melainkan awal dari kehidupan baru.Setiap orang Islam dituntut untuk meyakini hal ini secara pasti.

2) Kehidupan Akhirat Merupakan Akhir Pembalasan Atas Kehidupan di Dunia

Hidup setelah mati dipercayai bukan merupakan hidup baru yang terlepas dari kehidupan di dunia melainkan kelanjutan dari hidup dunia.

---

[29]*Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, P3EI,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal.28-29.

[30]*PusatPengkajiandanPengembanganEkonomiIslam, P3EI,*……..hal.30

3) Sumber Informasi yang Sempurna hanyalah Al-Qur`an dan Sunnah

Pada dasarnya informassi yang diperoleh dari fenomena kehidupan dunia masa lalu, namun kebenaran informasi ini sangat dibatasi oleh ruang dan waktu serta kemampuan pelaku dalam mengintepreasikan fenomena tersebut.Islam mengajarkan bahwa Allah telah melengkapi kelemahan manusia dengan memberikan informasi dan petunjuk yang dapat digunakan sepanjang masa.

Dalam peniltian ini, penulis menggunakan faktor sosial, faktor, faktor pribadi, dan prinsip-prinsip syariah.agar dapat melihat bagaimana pegawai IAIN Bukittinggi dalam mengambil keputusan belanja.Apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.,[31]

D. Penelitian Relevan

Adapun yang memperkuat peneliti dalam melihat pengaruh keputusan pembelian dalam belanja online karena sudah ditemukan penelitian yang relevan dengan hasil menunjukkan bahwa hal tersebut berhubungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Dedy Syahputra Rambe dengan judul "analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian online (e-Comerse) (pada pengguna internet dan pembeli online, toko online Lazada.co.id di kota Medan."Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis data dengan metode regresi linear berganda, yang menjelaskan bahwa variabel kemudahan pembayaran dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko online Lazada.co.id. hal ini dapat dilihat dari metode analisis berganda secara silmutan (uji F) dimana F_{hitung} sebesar 48,846 lebih besar dari F_{tabel} 1,985 dan nilai probabilitas Sig $_{0,00} < \alpha_{0,05}$ (sig sebesar 0,000 lebih kecil

[31]*PusatPengkajiandanPengembanganEkonomiIslam, P3EI*……. hal.31.

dibandingkan α sebesar 0,05) maka H_0 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh bersama secara signifikan antara kelima variable bebas terhadap terciptanya keputusan pembelian.[32]

Penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Nugroho Adi dengan judul "analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan system pre order secara online studi kasus pasar online shop copper jersey semarang" hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berdampak positif terhadap minat beli kemenarikan posting *messages* berdampak positif pada minat beli.Kepercayaan berdampak positif terhadap minat beli.Reputasi berdampak positif terhadap minat beli dan minat beli berdampak positif terhadap pembelian online.[33]

Penelitian yang dilakukan oleh Azhar Fazhu Ardhi dengan judul factor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan beli busana muslimahmelalui online shop.Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variable secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan beli busana muslimah.Sedangkan untuk uji versia, hanya variable produk dan periklanan berpengaruh positif signifikan. Variable harga jual, pelayanan dan tingkat kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli busana muslim melalui online shop.[34]

E. Kerangka Konseptual

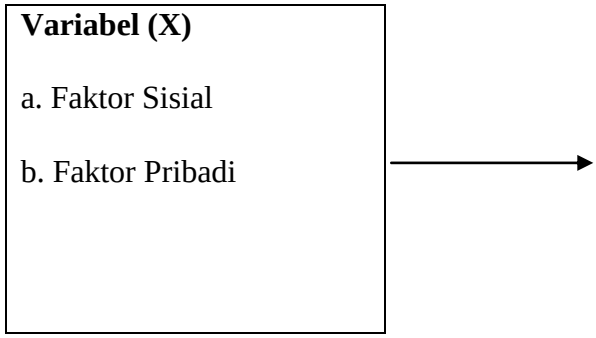
Variabel (Y)

Keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja online

[32]http//:www.google.co.id/ Dedy Syahputra Rambe mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian online (e-Comerse) (pa eli online, toko online Lazada.co.id di kota Medan, Skripsi Universitas Sumatra

[33]http//:www.google.co.id/Rifqi Nugroho Adi, Analis ruhi keputusan pembelian dengan system pre order secara online studi kasus p marang,Skripsi Universitas Negeri Semarang, diakses 27 juli 2017

[34]http//:www.google.co.id/ Azhar Fazhu Ardhi, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan beli busana muslimahmelalui online shop, skripsi, diakses 27 juli 2017.



Gambar 2.1

Hubungan Faktor Sosial dan Faktor Pribadi dengan Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi dalam Berbelanja Online

Berdasarkan gambar kerangka konseptual di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor sosial dan faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja *online*.Dalam faktor sosial terdapat dua aspek yaitu kelompok reverensi dan keluarga. Sedaangkan pada faktor pribadi terdapat lima aspek yaitu, umur dan tahap daur hidup. Pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Semua aspek ini sangat dibutuhkan untuk melihat keputusan sesorang dalam belanja.Jadi, faktor sosial dan faktor pribadi berhubungan dengan keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja *online*.

F. Hipotesis

1. Hipotesis Nol (Ho)

Ho1 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara faktor sosial dengan keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja *online.*

Ho2 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pribadi dengan keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja *online*.

Ho3 : tidak terdapat hubungan yang signifikan antara faktos sosial dan factor pribadi dengan keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja *online*.

2. Hipotesis Alternatif (Ha)

Ha1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor sosial dengan keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja *online*.

Ha 2 : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor pribadi dengan keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja *online*.

Ha3 : Terdapat hubungan yang signifikan antara faktor sosial dan faktor pribadi dengan keputusan tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam belanja *online*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi Dalam Berbelanja Online Menurut Ekonomi Islam.

B. Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah Penelitian Lapangan (*Field Research)* untuk mengetahui secara langsung respon atau tanggapan dari responden.Karena melakukan penelitian langsung ke pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi di kampus IAIN Bukittinggi.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus IAIN Bukittinggi Pada Tanggal 23 Juli 2017 sampai dengan selesai.

D. Sumber Data

Data merupakan salah satu unsur yang penting dalam menyusun laporan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data[1].Data primer dalam penelitian ini berupa informasi yang diperoleh dari para pegawai tenaga kependidikan di kampus IAIN Bukittinggi.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu jenis data dalam bentuk yang sudah jadi melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan,jurnal,dan lembaga lainnya yang penulis teliti.[2]

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.[3]Populasi dari peneliti ini adalah pegawai kampus IAIN Bukittinggi.Yang berjumlah 91 Orang Pegawai dan sampelnya adalah keseluruhan populasi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang akurat dan guna mengungkapkan permasalahan dalam penelitan ini,penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian yang didapat dari hasil pengamatan peneliti.Jenis-

---

[1]Joko Subagyo,*Metodologi penelitian dan TeoriPraktek*,(Jakarta : Rineka Cipta,1997),Cet,ke-12,hal 87
[2]Supranto,*Metode Ramalan Kuantitatif*,(Jsksrts : Rineka Cipta,1993),Cet ke-1,hal8
[3]Sugiyono,*Statistika untuk penelitian*,(Bandung Alfabeta 2007)hal 61

jenis informasi tertentu dapat diperoleh melalui pengamatan langsung oleh peneliti kepada pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi.[4]

b. Angket

Salah satu teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan kueisioner atau lebih dikenal sebgaai angket.Angket adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftra pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden.

G. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah :

A. Variabel bebas (*independen)* menurut Sugiyono variable independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah faktor sosial dan faktor pribadi (X).

B. Variabel terikat *(dependen)* merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variable terikat adalah Keputusan Pegagawai Tenaga Kependidikan dalam Berbelanja Online (Y).

H. Instrumen Penelitian

[4]Sanafiah Faisal,*Metode Penelitian Pendidikan*,(Surabaya : usaha Nasional,2004

Penggunaan isnstrumen penelitian dalam penelitian yang tepat akan memperoleh data yang diinginkan dari responden, Angket adalah satu cara yang dapat digunakan untuk mendapatkan data tersebut, penyusunan instrumen penelitian dituangkan dalam bentuk pernyataan.

Metode yang digunakan adalah metode skala likert dengan diberi skor atau nilai.[5]

Sangat setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak setuju (TS) = 2

Sangat tidak setuju (STS) = 1

Sehingga dengan menggunakan pilihan jawaban tersebut responden dapat memahami pernyataan yang diajukan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1

Instrumen Penelitian

No	Indikator	Instrument	Butir-butirInstrumen

[5]Muhammad,*Metodologi penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif,..,hal 54*

1	Faktor Sosial	-kelempok referensi -keluarga	1-2
2	Faktor Pribadi	-umur dan tahap daur hidup -pekerjaan -situasi ekonomi -gaya hidup -kepribadian dan konsep diri	3-7

Sumber: data sekunder diolah

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Regresi Linear berganda dan metode korelasi. Regresi bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel pada variabel lain. Regresi akan menghasilkan angka secara kuantitatif dan menghasilkan sebuah persamaan regresi yang dapat digunakan untuk estimasi dan kedudukan variabel pada regresi adalah setara dimana sebuah variabel adalah dependen dan yang lainnya independen. Sedangkan korelasi hanya menguji hubungan dua variabel secara kualitatif dan hanya menghasilkan angka bukan sebuah model.[6]Berikut teknik analisa data yang digunakan.

1. Analisis regresi linear berganda

[6]Hesi Eka Putri,*Materi Praktikum statistika dalam pengolahan data penelitian,2011*.penerbit Stain

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan suatu variable respon (variable terikat/dependen) menggunakan lebih dari satu variable input (variable bebas, independen variable/eksogen). Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh variable bebas dengan variable terikat. Pengolahan data akan dilakukan menggunakan alat bantu aplikasi *soft wre SPSS 16*.

Formulasi yang di gunakan adalah :

Dimana

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

Dimana

Y : Keputusan Pegawa dalam Belanja Online

a : Konstanta

$b_1 b_2$: Koefisien regresi

X_1 : Faktor sosial

X_2 : Faktor pribadi

e_1 : kesalahan

2. Teknik Analisis Korelasi

Koefisien korelasi variabel X dan Y untuk mengetahui hubungan antar dua variabel koefisien korelasi yang dikemukakan Arikunto yaitu:

Untuk melihat hubungan variabel independen (X) yaitu Keputusan Pegawai terhadap variabel (Y) Berbelanja Online dengan rumus koefisien korelasi sebagai berikut.[7]

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum x^2) - (\sum X)^2 . n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Dimana

r : Koefisien

X : Faktor Sosial dan Faktor Pribadi

Y : Keputusan Belanja Pegawai dalam Belanja Online

n : Jumlah sampel

3. Uji Pra-Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan.[8]Setiap penelitian selalu dipertanyakan alat yang digunakan.Uji validitas pada penelitian ini dilakukan guna mengukur valid atau tidaknya kuisioner yang telah diisi oleh para responden. Pengukuran dilakukan dengan

[7]Degipsion Siagian,*Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*,(Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama,2002)hal 221

[8]Moh.Pabundu Tika,*Metodologi Riset Bisnis*,..,hal 56

cara korelasi faktor, yang menggunakan rumus *Product Momen* Karel Pearson sebagai berikut:[9]

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

Keterangan:

r : Koefisien korelasi antara variabel (x) dan variabel (y)

X : Skor setiap item

Y : Skor total

N : Jumlah responden

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 18.Caranya yaitu dengan mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Jika korelasi faktor positif dan besarnya 0,3 keatas dapat dianggap sebagai konstruksi kuat atau instrumen memiliki validitas yang baik.

b. Uji Realibitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal dan internal.[10]Uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu dengan internal konsisten yaitu pengujian sekali saja.Butir kuisioner dikatakan reliabel atau handal

[9]Ety Rochaety, *Metodologi Penelitian Bisnis:Dengan Aplikasi SPSS,*(Jakarta : Mitra Wacana Media,2007), hal 47

[10]Moh Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis,..,hal 71*

apabila jawaban terhadap kuisioner adalah konsisten.[11]Dalam penelitian ini untuk menentukan kuisioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach.* Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :[12]

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma^2_b}{\sigma^2_1}\right]$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

k : Jumlah Kuisioner

$\sum \sigma^2_b$: Jumlah varians butir

σ^2_1 : Varians total

Penguji reliabel dilakukan dengan menggunakan program SPSS 18 for Windows. Instrumen penelitian diaktan reliabel jika memberikan nilai *croanbach alpha* >0,60. :[13]

Apabila perhitungan reliabel kecil dari 0,60 maka instrumen penelitian dianggap tidak reliabel, sebaliknya semakin tinggi nilai alpha mendekati satu (1,00), maka semakin baik pula konsistensinya.

a. Uji t (Uji Parsial)

Untuk melihat signifikan atau tidak, digunakan rumus T-test sebagai berikut :

[11]Danang Sunyoto,*Teori Kuisioner dan Analisis Data,*(Yogyakarta : Graha Ilmu,2013),hal 141
[12]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*,..,hal 236
[13]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*,..,hal 236

$$to = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

To : T-tes

r : Koefisien Korelasi

r^2 : Determinan

n : Jumlah sampel[14]

dimana :

To >t-tabel, berarti H0 ditolak dan Ha diterima

To<t-tabel, berarti H0 diterima dan Ha ditolak

b. Uji f (Uji Serentak)

Uji–F (uji serentak) aldalah untuk melihat apakah variabel independen secara bersama-sama (serentak) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen.[15]

Dimana :

H_0 = Secara bersama–sama (serentak) berpengaruh positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_1 = Secara bersama-sama (serentak) terhadap pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

[14]Algifari,*Statistik Induduktif Uuntuk Ekonomi dan Bisnis, (*Yogyakarta : UPP AMP YKPN edisi ke II), hal 230

[15]Riduwan dan Sunarto,*Pengantar Statistic Untuk Penelitian Pendidikan Sosial Ekonomi Komunikasi dan Bisnis*,(Bandung : Alfabeta,2007),hal 81

Dengan Rumus :

$$F = \frac{R^2\sqrt{N-M-1}}{M.(1-R^2)}$$

Keterangan:

F = Hitung

R^2 = Determinasi

n = Jumlah Responden

m = Jumlah Variabel Bebas

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Monografi IAIN Bukittinggi

1. Sejarah

Kehadiran IAIN Bukittinggi tidak terlepas dari keberadaan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Bukittinggi. Disisi lain, Sejarah STAIN Bukittinggi sendiri terkait dengan perjalanan sejarah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Imam Bonjol Padang, karena STAIN Bukittinggi merupakan bagiannya.[1]

IAIN merupakan perwujudan dari gagasan dan hasrat umat islam yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia untuk mencetak kader pemimpin Islam bagi keputusan perjuangan bangsa Indonesia.

Gagasan tersebut sudah tumbuh sejak zaman penjajahan belanda. Almarhum Dr. Satiman Wirjosandjojo berusa mendirikan pesantren luhur sebagai Lembaga Pendidikan Tinggi Agama. Akan tetapi usaha itu belum berhasil karena hambatan dari pihak Belanda. Pada tahun1940 Persatuan Guru Agama Islam (PGAI) di Padang mendirikan Sekolah Islam Tinggi (SIT), tapi hanya berjalan sampai tahun 1942 karena pendudukan Jepang di Indonesia. Di zaman pendudukan jepang, usaha mendirikan perguruan tinggi islam terus dilakukan, hingga akhirnya pemerintah jepang menjanjikan kepada umat islam Indonesia untuk mendirikan Lembaga Pendidikan Tinggi Agama di jakarta kemudian dibeberapa tokoh Islam segera mendirikan satu yayasan yang diketuai oleh Muhammad Hatta dan sekretarisnya Muhammad Natsir.

[1]Profil IAIN Bukittinggi, data sekunder IAIN Bukittinggi 31 juli 2017.

Pada tanggal 8 juli 1945 (27 Rajab 1364 H) yayasan tersebut mendirikan Sekolah Tinggi Islam (STI) berkedudukan di Jakarta dengan pimpinannya Abdul Kahar Mudzakkir.

Akibat pindahnya pusat pemerintah RI ke Yogyakarta, setelah merdeka (tahun 1946), maka STI pun ikut pindah dan berganti nama menjadi UniversitasIslam Indonesia (UII) terhitung mulai tanggal 22 Maret 1948, diadakan penambahan-penambahan fakultas baru. Sehingga UII mempunyai empat fakultas, yaitu: 1) Fakultas Agama, 2) Fakultas Hukum, 3) Fakultas Ekonomi dan 4) Fakultas Pendidikan. Fakultas agama UII Kemudian ditingkatkan dan dinegerikan menjadi PTAIN (Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri), berdasarkan peraturan pemerintah No. 34 tahun 1950 dengan tujuan memberikan pengajaran tingkat tinggi (islam) dan menjadi pusat pengembangan serta pendalaman ilmu pengetahuan agama Islam.

STAIN Bukittinggi adalah Perguruan Tinggi Islam Negeri Indonesia yang berada di Bukittinggi. STAIN Bukittinggi didirikan berdasarkan pada surat keputusan Presiden Nomor 11 Tanggal 21 Maret 1997 bertepatan dengan tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H.

Setelah menjalani proses panjang selama delapan tahun, sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Bukittinggi berubah status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Perubahan status ini tertuang dalam peraturan Presiden (Perspres) Nomor 181 Tahun2014 tentang perubahan STAIN Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi, tertanggal 18 Desember 2014.

Dalam prosesnya menjadi IAIN Bukittinggi, STAIN Bukittinggi telah merencanakannya pada tahun 2006 lalu, yang dimulai dengan pengembangan

program studi (prodi) pada tahun 2017. Selama dua priode masa kepemimpinan Dr. H. Ismail, M. Ag, yakni priode 2006-2010 dan priode 2010-2014 dengan membentuk tim pengembangan lembaga yang dikrtuai oleh Dr. Nunu Burhanuddin, M. Ag.

Dengan perubahan itu, IAIN Bukittinggi merupakan perguruan tinggi di lingkungan kementrian Agama yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Dalam prose situ juga disebutkan semua kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban STAIN Bukittinggi dialihkan menjadi kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban IAIN Bukittinggi, dan semua mahasiswa dari STAIN Bukittinggi dialihkan menjadi mahasiswa IAIN Bukittinggi.

Pada tahun 2014, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Sjech M. Djamin Djambek Bukittinggi beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi sesuai dengan peraturan Presiden Republik Indonesia No. 181 tahun 2014 tanggal 18 Desember 2014. Peralihan ini membawa IAIN Bukittinggi menjadi sebuah Institut dengan empat fakultas yaitu Fakultas Syariah, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan Fakultas UshuluddinAdab dan Dakwah.

2. Profil IAIN Bukittinggi

a. Motto

1) Religius
2) Berbudaya
3) Professional

b. Visi

Terdepan dalam Integrasi Keilmuan dan Keislaman tahun 2025.

c. Misi

1) Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang berkualitas.
2) Menyelenggarakan pendidikan tinggi yang transparan dan akuntabel.
3) Mengembangkan networking dalam bentuk kerjama kelembagaan.

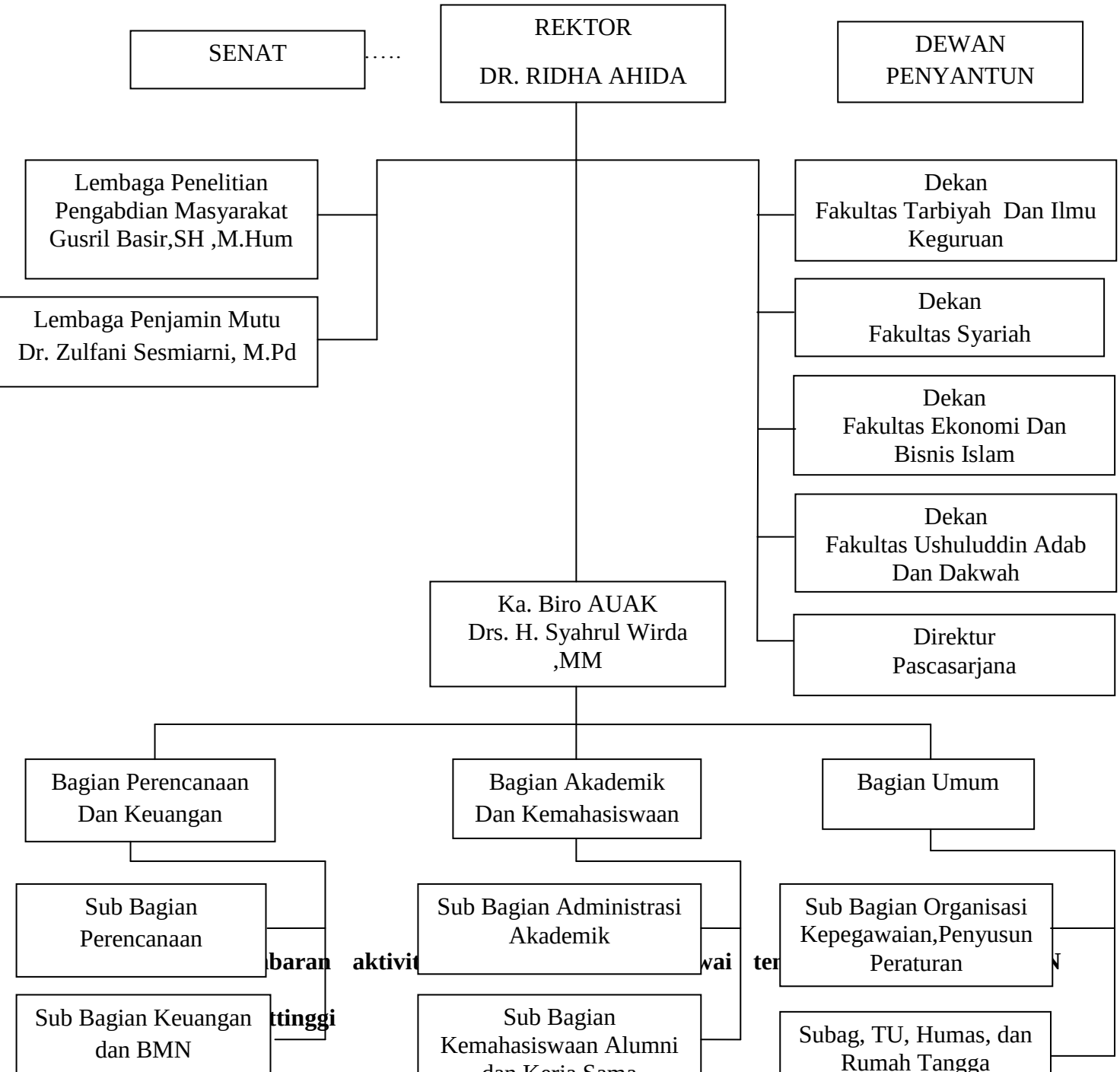
d. Tujuan

1) Menghasilkan lulusan yang mempunyai kemampuan akademis, profsional, akuntabel dan berdaya saing ditingkat nasional dan internasional.
2) Menghasilkan lulusan yang beriman, berakhlak mulia, memiliki kecakapan sosial, manajerial, dan berjiwa kewirausahaan serta ras kecakapan sosial kemansyarakatan.
3) Membangun jaringan yang kokoh dan fungsional dengan para alumni.

3. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI

IAIN BUKITTINGGI



baran aktivit wai ter N

ttinggi

Hal-hal yang mendorong pegawai tenaga kepe i dalam belanja online. Di lihat dari segi usia, rata-rata responden pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi berusia 31-40 tahun. Dengan tingkat usia tersebut

kebanyakan responden senang dalam melakukan transaksi berbelanja online, dan selalu update tentang perkembangan teknologi dan style yang berkembang, usia 30-40 tahun cenderung menyukai hal-hal yang baru yang berkembang di sekitar lingkungan nya contoh nya saja seperti membeli handphone terbaru. Mereka lebih memilih berbelanja online karena dapat membantu memenuhi kebutuhan sekunder para pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukitiinggi di sela aktivitas nya saat bekerja.

Di lihat dari segi pekerjaan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi yang mendominasi PNS (pegawai negeri sipil), mempengaruhi keinginan nya dalam melakukan belanja online untuk memenuhi *life style* (gaya hidup) para pegawai serta membantu memenuhi kebutuhan dan kewajiban bekerja.

Di lihat dari segi pendapatan per bulan yang rata-rata pegawai berpenghasilan antara Rp 2.000.000-Rp 4.000.000 per bulan sangat memungkinkan mereka untuk melakukan belanja online. Karena barang yang dijual belikan dipasar online umumnya barang-barang yang memiliki kualitas bagus dan bermerek.

C. Karakteristik Responden

Kuisioner yang disebarkan sebanyak 91 respoden, semua kuisioner memenuhi kriteria. Karakteristik yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan. Dalam kuisioner responden boleh tidak mengisi nama untuk menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan oleh responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini dikemukakan tabel berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	56	61,53

2	Perempuan	35	38,46
	Jumlah	**91**	**100%**

Sumber : data primer diolah

Dari table 4.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 56 orang atau sebesar 61,53% dan jumlah responden perempuan adalah sebanyak 35 orang atau sebesar 38,46%. Dengan demikian pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi mendominasi laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini dikemukakan tabel berdasarkan Usia sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Dibawah 30 Tahun	23	25,27
2	31 – 40 Tahun	35	38,46
3	41-50 Tahun	33	36,26
4	Diatas 50 Tahun	-	-
	Jumlah	**91**	**100 %**

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan table 4.2 diatas dapat dilihat bahwa usia responden dibawah 30 adalah sebanyak 23 orang atau sebesar 25,27%, usia responden 31-40 tahun adalah sebanyak 35 orang atau sebesar 38,46%, usia responden 41-50 tahun adalah sebanyak 33 orang atau sebesar 36,26%, usia responden diatas 50 tahun tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata usia pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi berusia 31-40 Tahun atau sebesar 38,46 %.

3. Karekteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut ini dikemukakan tabel berdasarkan Pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.3

Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD/SMP/SLTA	36	39,56
2	DI-DIII	1	1,1
3	Sarajana	39	42,85
4	Pascasarjana	15	16,48
	Jumlah	**91**	**100%**

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan table 4.3 diatas dapat dilihat bahwa responden yang berpendidikan SD/SMP/SLTA 36 orang atau sebesar 39,56%, responden yang berbendidikan DI-DIII adalah sebanyak 1 orang atau 1,1%, responden yang berpendidikan sampai Sarjana adalah sebanyak 39 orang atau 42,85% dan responden yang berpendidikan Pascasarjana (S2-S3) sebanyak 15 orang atau 16,48%. Dengan demikian tingkat pendidikan terakhir pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi mendominasi pendidikan tingkat sarjana sebanyak 39 orang atau 42,85 %.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini dikemukakan tabel berdasarkan pkerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.4

Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	-	-

2	Wiraswassta	16	17,58
3	PNS	65	71,42
4	Lainnya	10	10,98
	Jumlah	**91**	**100 %**

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan table 4.4 diatas dapat dilihat bahwa responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa tidak ada, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 16 orang atau sebesar 17,58%, responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 65 orang atau sebesar 71,42%, dan responden yang bekerja selain pekerjaan lainnya sebanyak 10 orang atau sebesar 10,98%. Dengan demikian pekerajan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi mendominasi PNS sebanyak 65 orang atau sebesar 71,42 %

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan

Berikut ini dikemukakan tabel berdasarkan Tanggungan sebagai berikut:

Tabel 4.5

Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan/bulan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< Rp 500.000	-	-
2	Rp 500.000-Rp 2000.000	10	10,98
3	Rp 2.000.000-Rp 4000.000	68	74,72
4	>Rp 4.000.000	13	14,28
	Jumlah	**91**	**100 %**

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan table 4.5 diatas dapat dilihat bahwa pendapatan/bulan responden dibawah 500.00 tidak ada, pendapatan/bulan responden 500.000-2000.000 orang adalah sebanyak 10 orang atau sebesar 10,98%, pendapatan/bulan responden 2.000.000-4.000.000 orang adalah sebanyak 68 orang atau 74,72%, dang tanggungan responden diatas 4.000.000 orang adalah sebanyak 13 orang atau sebesar 14,28%. Dengan demikian pendapatan/bulan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi sebesar Rp.2.000.000-Rp 4.000.000 atau 68 orang atau sebesar 74,72 %.

D. Pembahasan Dan Analisis Data

1. Uji Instrumen.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 16. Caranya yaitu dengan mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total.Suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r hitung yang merupakan nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari r tabel. Kuisioner yang dinyatakan valid berarti kuisioner tersebut benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Butir-butir instrumen dianggap valid apabila koefisien korelasi (r hitung) > r tabel/r kritis (0,3).[2]Hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

[2]Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*,Jakarta : (PT. Raja Grafindo Persada 2014), hal 125

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
faktor sosial x1					
1	46.2967	30.678	.373	.364	.718
2	46.1978	32.094	.365	.411	.717
3	46.0549	32.475	.418	.445	.711
4	45.6374	35.234	.318	.613	.725
faktor pribadi x2					
1	45.5824	34.046	.459	.692	.715
2	47.0330	29.299	.450	.537	.706
3	45.7363	33.752	.398	.447	.716
4	45.8462	33.176	.423	.417	.713
Prinsip ekonomi islam y					
1	46.7912	30.167	.608	.706	.688
2	46.7802	30.507	.549	.535	.694
3	45.4396	37.249	-.053	.484	.754
4	45.9121	34.903	.132	.531	.743
5	46.9121	30.948	.353	.600	.720
6	45.9231	35.227	.181	.525	.734

Sumber : data primer yang diolah

Dari tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa item butir pernyataan yang valid dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini, yaitu :

Tabel 4.7
Item Validitas

No	Variabel	Jumlah Item	Valid Item	Butir Pernyataan
1	Factor sosial (X1)	4	4	1, 2, 3 dan4
2	Factor pribadi (X2)	4	4	1, 2, 3,dan4
3	Keputusan pegawai menurut ekonomi islam (Y)	6	3	1, 2, dan5

Sumber: Data Primer yang diolah

Dari tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa dari 14 butir pernyataan yang diberikan kepada responden terdapat hasil pada variabel X1 sebanyak 4 butir parnyataan yang valid yaitu pernyataan nomor 1, 2, 3 dan 4, pada variabel X2 terdapat 4 butir pernyataan yang valid yaitu butir pernyataan nomor 1, 2, 3, dan 4, sedangkan variabel Y terdapat 3 butir pernyataan yang valid yaitu pernyataan nomor 1, 2, dan 5.

Dari rangkuman item validitas diatas dapat dilihat butir-butir parnyataan yang valid atau tidak dengan menggunakan *software SPSS 1*6 , yaitu pada table dibawah ini:

Tabel 4.8

Butir Pernyataan Yang Valid Dan Tidak Valid

Butir	Item Pernyataan	R hitng	R table	Keterangan
	Variabel Independen (factor Sosial) (X1)			
1	Saya belanja online karena teknologi yang canggih dan mudah untuk mendapatkannya.	0,373	0,3	Valid
2	Saya belanja online karena dipengaruhi oleh kelompok tertentu seperti keluarga, teman dan rekan kerja	0,365	0,3	Valid
3	Saya belanja online karena sedang digemari oleh banyak orang.	0,418	0,3	Valid
4	Saya belana online karena mencerminkan status saya dimasyarakat	0,318	0,3	Valid
	Variabel Independent (Faktor Pribadi) (X2)			
1	Saya belana online karena sesuai dengan kebutuhan saya	0,459	0,3	Valid
2	Saya belanja online karena ssesuai dengan pendapatan saya	0,450	0,3	Valid
3	Saya belanja online karena sesuai dengan gaya hidup saya .	0,398	0,3	Valid
4	Saya belanja online karena dapat menghemat waktu dan tenaga dalam mencari produk yang diinginkan	0,423	0,3	Valid
	Variabel Dependent (Keputusan pegawai menurut Ekonomi Islam)(Y)			
1	Dalam belanja online saya akan memperhatikan kesesuaian antara pemasukan dengan konsumsi	0,608	0,3	Valid
2	Dalam belanja online saya menjauhi mubazir	0,549	0,3	Valid
3	Saya belanja online saya memperhatiikan barang yang memberikan manfaat dan halal	-0,053	0,3	Tidak Valid

4	Saya belanja online supaya terlihat mewah.	0,132	0,3	Tidak Valid
5	Saya belanja online karena harganya lebih murah dari pada belanja offiline.	0,353	0,3	Valid
6	Saya belanja online karena lebih menghemat waktu, biaya, dan tenaga	0,181	0,3	Tidak valid

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan table 4.8 diatas dapat dilihat bahwa butir pernyataan pada variabel X1 tidak terdapat butir pernyataan yang tidak valid, pada variabel X2 tidak terdapat butir pernyataan yang tidak valid Pada butir pernyataan variabel Y terdapat 3 butir pernyataan yang tidak valid yaitu butir 3, 4, dan 6 dan pernyataan pada butir tersebut dihapuskan dan tidak diikut sertakan pada uji senjutnya, karena *r hitung* pada butir variabel Y lebih keci daripada *r tabel*, dan butir pernyataan yang valid tersebut dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala-gejala tertentu dari sekelompok individu.

Penguji reliabel dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 for Windows. Instrumen penelitian diaktan reliabel jika memberikan nilai *croanbach alpha* >0,60.[3] Apabila perhitungan reliabel kecil dari 0,60 maka instrumen penelitian dianggap tidak reliabel, sebaliknya semakin tinggi nilai alpha mendekati satu (1,00), maka semakin baik pula konsistensinya.

[3]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1998), hlm. 236

Berdasarkan hasil olahan data pada SPSS 16 terdapat hasil reliable atas pernyataan responden pada table berikut :

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.734	.749	14

Sumber: data primer yang diola

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa cronbach's alpha 0,734 pada ke 14 butir pernyataan variabel X1, dan X2, dan variabel Y dinyatakan baik atau reliable, karena cronbach's alpha > 0,60.

c. Deskripsi Hasil Penelitians

1) Jawaban Responden Terhadap Variabel Independen Faktor Sosial (X1)

Tabel 4.10

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya belanja online karena teknologi yang canggih dan mudah untuk mendapatkannya	18	67	4	2	0	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban responden pada table 4.10 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 1 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 18 orang atau sebesar 19,78%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak

67 orang atau sebesar 73,62%, responden yang memilih jawaban netral (N) sebanyak 4 orang atau sebesar 4,39%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 2 orang atau sebesar 2,19%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) tidak ada. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 1 yang mendominasi adalah setuju (ST) sebanyak 67 orang atau sebesar 73,62%.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dalam ajaran Islam dilarang sikap israf. Oleh karena itu, sebagai pegawai yang bekerja di Institut Agama Islam, maka harus memperhatikan sikap berbelanjanya, ketika dihadapkan dengan akses tekhnogi yang semakin canggih.

Tabel 4.11

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
2	Saya belanja online karena dipengaruhi oleh kelompok tertentu seperti keluarga, teman dan rekan kerja	6	30	4	31	20	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban responden pada table 4.11 diatas dapat dilihat bahwa pernyataan pada butir 2 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 6 orang atau sebesar 6,59%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 30 orang atau sebesar 33,96%, responden yang memilih jawaban cukup netral (N) sebanyak 4 orang atau sebesar 4,39%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 31 orang atau sebesar 34,06%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) sebanyak 20 orang atau sebesar 21,97. Dari

jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 2 yang mendominasi adalah tidak setuju (TS) sebanyak 31 orang atau sebesar 34,06%.

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dipengaruhi oleh teman dan rekan kerja. Dalam islam di anjurkan untuk berbelanja untuk kebutuhan utama dan membeli kebutuhan yang bermanfaat.

Tabel 4.12

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
3	Saya belanja online karena sedang digemari oleh banyak orang.	15	62	10	4	0	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban responden pada table 4.13 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 3 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 15 orang atau sebesar 16,48%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 62 orang atau sebesar 68,13%, responden yang memilih jawaban cukup netral (N) sebanyak 10 orang atau sebesar 10,98%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 orang atau sebesar 4,39%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) tidak ada. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 3 yang mendominasi adalah setuju (S) sebanyak 62 orang atau sebesar 68,13%.

Dari tabel di atas, dapat di simpulkan bahwa belanja online karena digemari oleh banyak orang. Padahal dalam Islam perlu memperhatikan orang lain. Harus mempertimbangkan mashlahah dari pada utilitas.

Tabel 4.13

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
4	Saya belana online karena mencerminkan status saya dimasyarakat	14	56	17	3	1	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban reponden pada table 4.14 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 4 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 14 orang atau sebesar 15,38%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 56 orang atau sebesar 61,52%, responden yang memilih jawaban cukup netral (N) sebanyak 17 orang atau sebesar 18,68%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 3 orang atau sebesar 3,29%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 orang atau sebesar 1,09%. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 4 yang mendominasi adalah setuju (S) sebanyak 56 orang atau sebesar 62,52%.

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi belanja online karena dapat menaikkan statusnya di masyarakat. Dalam islam dalam belanja kita harus memperhatikan tujuan kita membeli suatu barang. Kalau hanya untuk menaikkan status kita di masyarakat dan supaya terlihat lebih mewah dari pada orang lain maka sangat bertentangan dengan tujuan

konsumsi dalam islam.karena lebih keberfoya-foya dan menunjukkan kesombongan.

2) Jawaban Responden Terhadap Variabel Independen Faktor Pribadi (X2)

Tabel 4.14

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya belanja online karena sesuai dengan kebutuhan saya	18	68	3	2	0	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban responden pada table 4.15 diatas dapat dilihat bahwa pernyataan pada butir 1 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 18 orang atau sebesar 19,78%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 68 orang atau sebesar 74,72%, responden yang memilih jawaban cukup netral (N) sebanyak 3 orang atau sebesar 2,19%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 2 orang atau sebesar 2,19%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) tidak ada. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 1 yang mendominasi adalah setuju (S) sebanyak 68 orang atau sebesar 74,72%.

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi belanja online karena kebutuhannya. Dalam islam sikap belanja harus melihat kesejahteraan konsumen meningkat jika ia mengkonsumsi barang yang bermanfaat.

Tabel 4.15

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
2	Saya belanja online karena ssesuai dengan pendapatan saya	6	38	14	30	0	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban reponden pada table 4.16 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 2 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 6orang atau sebesar 6,59%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 38 orang atau sebesar 41,75%, responden yang memilih jawaban cukup netral (N) sebanyak 14 orang atau sebesar 15,38%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 30 orang atau sebesar 32,96%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) tidak ada. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 2 yang mendominasi adalah setuju (S) sebanyak 38 orang atau sebesar 41,75%

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi belanja online karena sesuai dengan pendapatannya. Dalam islam dalam berbelanja kita harus memperhatikan seberapa besar pendapatan. Karena ini akan berpengaruh dengan banyak barang yang akan dibeli.

Tabel 4.16

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
3	Saya belanja online karena sesuai dengan gaya hidup saya	13	62	10	6	0	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban reponden pada table 4.17 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 3 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 13 orang atau sebesar 6,59%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 62 orang atau sebesar 68,13%, responden yang memilih jawaban cukup netral (N) sebanyak 10 orang atau sebesar 10,98%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 6 orang atau sebesar 6,59%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) tidak ada. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 3 yang mendominasi adalah setuju (S) sebanyak 62 orang atau sebesar 68,13%.

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi belanja online karena sesuai dengan gaya hidupnya. Maksudnya disini mereka belanja sesuai dengan tuntutan hidupnya.

Tabel 4.17

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					Jml
		SS	S	N	TS	STS	
4	Saya belanja online karena dapat menghemat waktu dan tenaga dalam mencari produk yang diinginkan	14	55	17	4	1	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban reponden pada table 4.18 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 4 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 14 orang atau sebesar 15,38%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 55 orang atau sebesar 58,43%, responden yang memilih jawaban cukup netral (N)

sebanyak 17 orang atau sebesar 18,68%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 4 orang atau sebesar 4,39%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 orang atau sebesar 1,09%. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 2 yang mendominasi adalah setuju (S) sebanyak 55 orang atau sebesar 60,43%.

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi belanja online karena dapat menghemat waktu dan tenaga dalam mencari produk yang diinginkan. Dalam islam sudah mencapai maslahah. Karena sudah memanfaatkan kemudahan dalam penggunaan tekhnologi.

3) **Jawaban Responden Terhadap Variabel Dependen Prinsip Ekonomi Islam (Y)**

Tabel 4.18

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					jml
		SS	S	N	TS	STS	
1	Dalam belanja online saya akan memperhatikan kesesuaian antara pemasukan dengan konsumsi	5	30	19	36	1	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban reponden pada table 4.19 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 1 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 5 orang atau sebesar 5,49%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 30 orang atau sebesar 32,96%, responden yang memilih jawaban netral (N) sebanyak 19 orang atau sebesar 20,87%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 36 orang atau sebesar 39,56%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 orang atau sebesar 1,09. Dari

jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan yang mendominasi adalah tidak setuju (TS) sebanyak 36 orang atau sebesar 39,56%.

Tabel 4.19

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					jml
		SS	S	N	TS	STS	
2	Dalam belanja online saya menjauhi mubazir.	10	20	25	36	0	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban reponden pada table 4.20 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 2 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 10 orang atau sebesar 10,98%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 20 orang atau sebesar 21,97%, responden yang memilih jawaban natral (N) sebanyak 25 orang atau sebesar 27,47%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 36 orang atau sebesar 39,56%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) tidk ada. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 2 yang mendominasi adalah tidak setuju (ST) sebanyak 36 orang atau sebesar 39,56%.

Tabel 4.20

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan

Butir	Pernyataan	Jawaban					jml
		SS	S	N	TS	STS	
5	Saya belanja online karena harganya lebih murah dari pada belanja offiline..	8	25	9	40	9	91

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan jawaban reponden pada table 4.21 diatas dapat dilihat bahwa paernyataan pada butir 5 yang memilih jawaban sangat setuju (SS) sebanyak 8 orang atau sebesar 8,79%, responden yang memilih jawaban setuju (S) sebanyak 25 orang atau sebesar 27,47%, responden yang memilih jawaban natral (N) sebanyak 9 orang atau sebesar 9,89%, responden yang memilih jawaban tidak setuju (TS) sebanyak 40 orang atau sebesar 43,95%, dan responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju (STS) tidk ada. Dari jawaban responden diatas tersebut dapat diketahui bahwa butir pernyataan 5 yang mendominasi adalah tidak setuju (ST) sebanyak 40 orang atau sebesar 48,95%.

2. Pembahasan Hasil Regresi Linear Berganda

Untuk melihat faktor-faktpr yang mempengaruhi keputusan pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam berbelanja online menurut ekonomi islam , maka digunakan analisa regresi linear berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 16.0 dapat dilihat rangkuman hasil empiris penelitian sebagai berikut

Tabel 4.21

Rangkuman Hasil Empiris Penelitian

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.817	1.981		4.452	.000
faktor social	.481	.145	.361	3.304	.001
faktor pribadi	.316	.144	.241	2.199	.030

a. Dependent Variable: y

Dari data diatas dapat diketahui persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$

Dimana :

Y = prinsip ekonomi Islam

a = konstanta

b = koefisien regresi

x_1 = factor sosial

x_2 = factor pribadi.

$Y = 8.817 + 0.481x_1 + 0.316x_2$

dari persamaan diatas dapat diambil kesimpulan yaitu :

a. Konstanta pada persamaan diatas sebesar 8.817 menyatakan bahwa factor sosial (X1), dan factor pribadi (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan berbelanja online menurut ekonomi Islam, maka konstanta keputusan berbelanja online menurut ekonomi Islam (Y) 8.817.
b. Koefisien regresi factor soial (X1) sebesar 0.481 menyatakan jika variabel independen lain nilainya tatap dan factor sosial mengalami kenaikan 1% keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.481. koefisien bernilai positif artinya teradi hubungan positif antara factor sosial dengan keputusan berbelanja online menurut

ekonomi Islam, semakin naik factor sosial maka semakin meningkat keputusan berbelanja (Y) pegawai tenaga kependidikan IAIN bukittinggi menurut Ekonomi Islam

c. Koefisien regresi factor pribadi (X2) sebesar 0.316 menyatakan jika variabel independen lain nilainya tatap dan factor pribadi mengalami kenaikan 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.316. koefisien bernilai positif artinya teradi hubungan positif antara factor pribadi dengan berbelanja online menurut ekonomi Islam, semakin naik factor sosial maka semakin meningkat keputusan berbelanja (Y) pegawai tenaga kependidikan IAIN bukittinggi menurut Ekonomi Islam.

Pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel factor sosial (X1) dan factor pribadi (X2) merupakan variabel yang memiliki pengaruh positif (+) yang menandakan arah hubungan yang baik atau pengaruh yang baik terhadap berbelanja online menurut ekonomi Islam (Y), sedangkan koefisien regresi factor psikologi bartanda negative (-) akan menunjukkan hubungan yang berbalik arah atau tidak memiliki pangaruh terhadap keputusan berbelanja (Y) pegawai tenaga kependidikan IAIN bukittinggi menurut Ekonomi Islam.

3. Pembahasan Hasil Korelasi

Untuk melihat hasil korelasi yang telah dolah pada *software SPSS 16.0* dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.22

Rangkuman Hasil Penelitian Korelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.536[a]	.287	.271	2.53665

a. Predictors: (Constant), faktor pribadi, faktor social

b. Dependent Variable: y

Pada tabel dari nilai r 0,536 dapat dilihat bahwa terjadi hubungan yang sedang antara factor sosial (X1), dan factor pribadi (X2) terhadap keputusan berbelanja (Y) pegawai tenaga kependidikan IAIN bukittinggi menurut Ekonomi Islam.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Persial Dengan T-Test

Uji statistik T bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dimana Pada penelitian ini untuk melihat pengaruh factor sosial (X1), dan factor pribadi (X2) (variabel independen) terhadap keputusan pegawai tenaga kependidikan berbelanja online menurut ekonomi Islam (variabel dependen) di IAIN Bukittinggi. Pada pengujian ini table yang digunakan adalah table t dan sig, yaitu:

Tabel 4.23

Hasil Pegujian Hipotesis Untuk Uji Parsial Dengan T- Test

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.817	1.981		4.452	.000
faktor social	.481	.145	.361	3.304	.001
faktor pribadi	.316	.144	.241	2.199	.030

a. Dependent Variable: y

Sumber :data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.24 diatas maka dapat diketahui :

df = N-k-1 = 91-2-1 = 88

$\alpha/2 = 0{,}05/2 = 0{,}025$

Dimana :

N = jumlah sampel,

k = jumlah Variabel x

1 = konstanta

1) Variabel X1 (factor sosial), pada tabel 4.24 diatas dapat diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar 0.001. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai 0.001<0.05, maka H_0 ditolaka dan H_1 diterima.variabel X1 mempunyai t_{hitung} sebesar 3.304 dengan t_{tabel} 1.987. jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (factor sosial) memiliki pengaruh terhadap Y (keputusan pegawai tenaga kependidikan berbelanja online menurut ekonomi Islam).
2) Variable; X2 (factor pribadi), pada tabel 4.24 diatas dapat diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar 0.030 Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai 0.030 < 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.variabel X1 mempunyai t_{hitung} sebesar 2.199 dengan t_{tabel} 1.987. jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat

disimpulkan bahwa variabel X2 (factor pribadi) memiliki pengaruh terhadap Y (keputusan pegawai tenaga kependidikan berbelanja online menurut ekonomi Islam)

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa variabel X1, dan X2, terdapat pengaruh terhadap keputusan pegawai tenaga kependidikan berbelanja online menurut ekonomi Islam di IAIN Bukittinggi, serta memliki nialai hipotesis yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b. Uji Simultan Dengan F-Test

Uji F untuk menentukan apakah secara serentak /bersama-sama variable independent mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik atau apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pada tabel anova dibawah ini dapat dilihat pengaruh variabel independen factor sosial, dan factor pribadi terhadap keputusan pegawai tenaga kependidikan berbelanja online menurut ekonomi Islam di IAIN Bukittinggi secara simultan/bersama-sama. Dimana setelah dilakukan pengolahan data dengan menggunakan *SPSS 16.0* sebagai berikut:

Tabel 4.24

Hasil Pegujian Hipotesis UntukUji Simultan Dengan F- Test

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228.370	2	114.185	17.745	.000[a]
	Residual	566.246	88	6.435		
	Total	794.615	90			

a. Predictors: (Constant), faktor pribadi, faktor sosial

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel 4.47 di atas dapat dilihat bahwa df yaitu:

df1 = k-1 = 2-1=1

df2 = N-k = 91-2=89

89 : 1

F_{hitung} sebesar 17.745 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3.95, niali tersebut dapat kita ketahui bahwa nilai pada $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara factor sosial dan factor pribadi, secara simultan terhadap keputusan pegawai tenaga kependidikan berbelanja online menurut ekonomi Islam di IAIN Bukittinggi, dengan nilai signifikansi sebesar $0{,}000^{a}$ (sig < 0,05) maka dapat diimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara factor sosial dan factor pribadi secara simultan terhadap keputusan pegawai tenaga kependidikan berbelanja online menurut ekonomi Islam di IAIN.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah di lakukan pada pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa faktor social karena dipengaruhi oleh tekhnologi yang canggih dan faktor pribadi karena sesuai dengan kebutuhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pegawai IAIN Bukittinggi dalam berbelanja online. Dibuktikan dengan hasil regresi linear berganda yaitu $Y = 8.817 + 0.481x_1 + 0.316x_2$ dimana angka ini menunujukkan nilai yang positif sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor sosial mempunyai pengaruh yang signifikan dibandingkan faktor pribadi terhadap keputusan pegawai ketenaga kependidikan IAIN Bukittinggi.

Faktor sosial (X1), dan faktor pribadi (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan berbelanja online, maka konstanta keputusan berbelanja online menurut ekonomi Islam (Y) 8.817. Variabel independen lain nilainya tetap dan faktor sosial mengalami kenaikan 1% keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.481. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor sosial dengan keputusan berbelanja online menurut Ekonomi Islam, semakin naik faktor sosial maka semakin meningkat keputusan berbelanja (Y) pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi menurut Ekonomi Islam. Faktor pribadi (X2) sebesar 0.316 menyatakan jika variabel independen lain nilainya tatap dan faktor pribadi mengalami kenaikan 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.316. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor pribadi dengan berbelanja online menurut ekonomi Islam, semakin naik faktor sosial maka semakin meningkat

keputusan berbelanja (Y) pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi menurut Ekonomi Islam.

Faktor sosial menunjukkan bahwa pengawai IAIN Bukittinggi dalam berbelanja online dikarenakan oleh tekhnologi yang canggih dan mudah untuk mendapatkannya dan faktor pribadi menunjukkan bahwa pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi berbelanja sesuai dengan kebutuhannya.

Dalam prinsip Ekonomi Islam pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi dalam berbelanja online dikarenakan menghindari tindakan mubazir serta memperhatikan kesesuaian antara pemasukan dan pengeluaran dalam konsumsi serta memperhatikan manfaat dan halalnya barang yang yang dikonsumsi. Hal ini dapat dijelaskan dalam surat Al-A`raf ayat 31:

يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ خُذُواْ زِينَتَكُمۡ عِندَ كُلِّ مَسۡجِدٖ وَكُلُواْ وَٱشۡرَبُواْ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ ٣١

Artinya :"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid[534], Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan[535]. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Dari ayat di atas, menjelaskan bahwa tidak boleh mengkonsumsi secara berlebih-lebihan yakni tidak melampaui batas, hal tersebut merupakan suatu tuntutan harus disesuaikan dengan setiap kondisi seseorang. Ayat tersebut mengajarkan sikap proporsional dalam makan dan minum.

A. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi akademis, semoga skripsi ini dapat dijadikan sebagai pedoman penelitan selanjutnya.

2. Bagi pegawai tenaga kependidikan IAIN Bukittinggi, harus mampu mempertahankan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Karena lebih memahami perilaku belanja yang Islami dan bisa dijadikan panutan bagi masyarakat luas.

3. Bagi masyarakat luas, terkhusus bagi teman-teman dan rekan-rekan yang sedang belajar di Institut Agama Isdlam Negeri agar bisa memperhatikan prinsip-prinsip konsumsi yang Islami. Karena kita diharapkan bisa memberikan contoh yang baik bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek,* Jakarta : Bumi Aksara, 1998

Eka Putri Hesi,*Materi Praktikum statistika dalam pengolahan data penelitian*, penerbit Stain,2011

Faisal Sanafiah, *Metode Penelitian Pendidikan*, Surabaya : Usaha Nasional,2004

Grafindo Persada 2014.

http//:www.google.co.id/Rifqi Nugroho Adi, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan system pre order secara online studi kasus pasar online shop copper jersey semarang,Skripsi Universitas Negeri Semarang, diakses 27 juli 2017

Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*,Jakarta : PT. Raja

Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi dan Aplikasi*, Jakarta:Gralia Indonesia, 2002.

Karim Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2007.

Lidia Putri Riva, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Wisatawan dalam Membelanjakan Pendapatan pada Daerah Wisata Bukittinggi* ,skripsi IAIN Bukittinggi tidak diterbitkan, 2013.

Moleong J Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT: Remaja Rosdakarya, 2005.

Muflih Muhammad, *Perilaku Konsumendalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam,* Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

Muhammad Ahmad dkk, *Sistem, Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam,* Jakarta: CV Pustaka Setia, 1999.

Muhammad Syarif Caudry, *Sistem Ekonomi Islam,* Jakarta: Kencan Prenada Media Group, 2012.

Nurfajri, *Analisi Perilaku Konsumen Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam STAIN Bukittinggi dalam Memutuskan Pembelian Telepon Seluler*, skripsi IAIN Bukittinggi tidak diterbitkan, 2014.

Nurfajri, *Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Prodi Eko2nomi Ilam STAIN Bukittinggi dalam Memutuskan Pembelian Telepon Seluler*, skripsi tidak diterbitkan,2014.

Prasetijo Ristiyanti dkk, *Perilaku Konsumen,* Jakarta: Erlangga, 1997.

Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3E*I*),Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2008..

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam P3EI,* Jakarta:Rajawali Pers, 2014.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, P3EI, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Reflina Fika, *Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Pembelian Hijab Pashmina Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, skripsi IAIN Bukittinggi tidak diterbitkan, 2015.

Riva Lidia Putri, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Wisatawan dalam Membelanjakan Pendapatan pada Daerah Wisata Bukittinggi,* tidak diterbitkan, 2013.

Rochaety Ety, *Meodologi Penelitian Bisnis:Dengan Aplikasi SPSS,* Jakarta : Mitra Wacana Media,2007

Said Syihabudin, *Falsafah dan Perilaku Ekonomi Islam,* Jakarta: Diadit Media, 2008.

Setiadi J Nugroho, *Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Edisi Pertama,* Jakarta: Prenada Media Group, 2008.

Setiawati Ratih, *Duit Ngalir Bak Banjir dengan Bisnis Online*, Yogyakarta: FlashBooks,2013.

Siagian Degipson,*Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi,*Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama,2002

Subagyo Joko, *Metodologi penelitian dan TeoriPraktek*, Jakarta : Rineka Cipta,1997

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,Bandung:Alfabeta, 2011.

Rochaety Ety, dkk, *Metode Penelitian Bisnis dan Aplikasi SPS*, Jakarta: Mitra Wacana Melia,2007.

Sunarto dkk, *Pengantar Statistic Untuk Penelitian Pendidikan Sosial Ekonomi Komunikasi dan Bisnis,*Bandung : Alfabeta,2007

Sunyoto Danang ,*Teori Kuisioner dan Analisis Data,*Yogyakarta: Graha Ilmu,2013

Supranto,*Metode Ramalan Kuantitatif,* Jakarta : Rineka Cipta,1993

Tim Pembina dan pengembangan bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka,1997.

Wilis Ratna, *Analisis Perilaku Konsumen dalam Membelanjakan Pendapatanny Menurut perspektif Islam*, skripsi tidak diterbitkan,2014.

Yasyim Sulcham, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia ,Surabaya: Amanah*, 1995.

http//:www.google.co.id/ Azhar Fazhu Ardhi, *faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan beli busana muslimahmelalui online shop*, skripsi, diakses 27 juli 2017

http//:www.google.co.id/ Dedy Syahputra Rambe, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian online (e-Comerse) (pada pengguna internet dan pembeli online, toko online Lazada.co.id di kota Medan*, Skripsi Universitas Sumatra Utara,diakses 27 juli 2017

http//:www.google.co.id/search= *Belanja Online,* diakses 13 juni 2017

http//:www.Google.co.id/search=*Defenisi,sejarah, perkembangan,keuntunganbelanja online,* diakses 13 juni 2017.

http//:www.google.co.id/search=*Kelebihan dan Kerugian Belanja Online, diakses* 13 juni 2017.

http//:www.google.co.id/search=*Kelebihan dan kerugian Belanja Online,* diakses 13 juni 2017.

http//:www.google.co.id/search=*Kelebihan dan kerugian Belanja Online,* diakses 13 juni 2017.

http//:www.google.co.id/search=*Transformasi Transaksi dari Barter sampai E-Money,* diakses 13 juni 2017.

http//www.Google.co.id/search= *perkembangan penggunaan internet dan pengarunya terhadap bisnis online,*diakses 3 februari 2017

http:// www,Google.co.id/search=*pengertian, kelebihan dan keuntungan belanja online,* diakses 3 juni 2017.

http://www.Google.co.id/search=*pengertian karyawan dan jenis-jenis karyawan di perusahaan,*diakses 03 februari 2017.

http://www.Google.co.id/search=*pengertian karyawan dan jenis-jenis karyawan di perusahaan,*diakses 03 februari 2017.

KUISIONER PENELITIAN

"Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi Dalam Berbelanja Online Menurut Ekonomi Islam

Responden yang terhormat, saya sangat mengharapkan kerja samanya untuk mengisi kuisioner ini dengan benar. Kuisioner ini hanya digunakan untuk mengumpulkan data dan menyelesaikan skripsi semata. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

A. KARAKTER RESPONDEN

Berilah tanda silang (√) pada kolom yang telah disediakan

1. Jenis kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia : ☐ Di bawah 30 tahun
   : ☐ 31 – 40 tahun
   : ☐ lebih dari 40 tahun
3. Pendidikan Terakhir : ☐ SD/SMP/SLTA ☐ D I - DIII
   : ☐ Sarjana (S1) ☐ Pascasarjana
4. Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ PNS
   : ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya
5. Pendapatan per Bulan : ☐ < Rp. 500.000,-
   ☐ Rp. 500.000,- – Rp. 2.000.000,-
   ☐ Rp. 2.000.000,- – Rp. 4.000.000,-
   ☐ > Rp. 4.000.000,-

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (√) pada tempat yang telah tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu.
Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut :

1. Sangat Setuju (SS) = 5
2. Setuju (S) = 4
3. Netral = 3
4. Tidak Setuju (TS) = 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

b.	Dalam belanja online saya menjauhi tindakan mubazir.					
c.	Saya belanja online memperhatikan barang yang memberikan manfaat dan halal.					
d.	Saya belanja online supaya terlihat mewah.					
e.	Saya belanja online karena harganya lebih murah dari pada belanja offline.					
f.	Saya belanja online karerna dapat menghemat waktu, biaya dan tenaga					

C. Butiran Angket

1. FAKTOR SOSIAL

NO.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
a.	Saya belanja online karena teknologi yang canggih dan mudah untuk mendapatkannya.					
b.	Saya belanja online karena dipengaruhi oleh kelompok tertentu seperti keluarga, teman dan rekan kerja.					
c.	Saya belanja online karena sedang digemari oleh banyak orang.					
d.	Saya belanja online karena mencerminkan status saya dimasyarakat.					

2. FAKTOR PRIBADI

NO.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
a.	Saya belanja online karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
b.	Saya belanja online karena sesuai dengan pendapatan saya.					
c.	Saya belanja online karena sesuai dengan gaya hidup saya.					
d.	Saya belanja online karena dapat menghemat waktu dan tenaga dalam mencari produk yang diinginkan.					

PRINSIP EKONOMI SYARIAH

NO.	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
a.	Dalam belanja online saya akan mmperhatikan kesesuaian antara pemasukan dengan konsumsi.					

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax . (0752) 22875
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id ' e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B- 669/In.26/3/PP.07/03/2017 21 Maret 2017
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Observasi**

Yth.
Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Proposal Skripsi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan observasi kepada saudara :

Nama	:	**KARTI DEWINDA**
NIM	:	**3213. 215**
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Observasi	:	Kampus II IAIN Bukittinggi
Judul Proposal Skripsi	:	***"Analisis Perilaku Karyawan IAIN Bukittinggi terhadap Keberadaan Pasar Online"***
Waktu	:	23 Maret s/d 23 April 2017

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

variabel x1					
no	1	2	3	4	jumlah
1	4	4	4	3	15
2	4	2	4	4	14
3	4	2	3	3	12
4	4	2	4	4	14
5	4	2	4	4	14
6	2	2	4	4	12
7	4	2	4	4	14
8	2	4	3	4	13
9	2	4	3	4	13
10	2	5	2	5	14
11	2	5	2	5	14
12	5	4	5	4	18
13	5	4	4	5	18
14	4	4	4	4	16
15	4	4	5	5	18
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	4	2	4	4	14
19	4	2	4	4	14
20	4	3	4	4	15
21	4	4	4	4	16
22	4	2	4	4	14
23	2	4	4	4	14

variabel x2					
no	1	2	3	4	jumlah
1	3	4	2	4	13
2	4	2	3	3	12
3	3	4	4	3	14
4	4	3	3	3	13
5	4	2	4	4	14
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	4	4	3	3	14
9	4	2	4	3	13
10	5	1	4	4	14
11	5	1	5	5	16
12	5	4	5	4	18
13	5	5	5	5	20
14	4	1	4	4	13
15	4	1	5	5	15
16	4	2	5	5	16
17	4	2	5	5	16
18	4	4	2	4	14
19	4	2	4	4	14
20	4	1	4	3	12
21	4	2	4	2	12
22	4	2	4	4	14
23	4	2	4	4	14

variabel y							
no	1	2	3	4	5	6	jumlah
1	3	2	2	3	4	3	17
2	3	3	5	4	2	3	20
3	3	3	4	4	2	4	20
4	3	3	5	4	3	4	22
5	2	2	4	2	4	4	18
6	2	2	4	4	2	4	18
7	2	2	4	4	2	4	18
8	2	2	5	5	2	5	21
9	3	3	5	4	2	3	20
10	3	3	5	5	2	4	22
11	2	2	5	5	2	4	20
12	5	4	5	4	5	4	27
13	5	4	4	4	4	4	25
14	3	3	5	4	1	4	20
15	2	4	5	4	1	4	20
16	3	2	5	4	1	4	19
17	3	3	4	2	4	4	20
18	2	2	4	2	4	4	18
19	2	2	4	4	2	4	18
20	3	3	5	2	4	4	21
21	4	2	2	2	5	4	19
22	2	2	4	4	2	4	18
23	2	2	4	4	2	4	18

24	4	4	4	5	17
25	2	4	4	4	14
26	4	4	4	4	16
27	2	4	4	4	14
28	2	2	4	5	13
29	2	4	2	4	12
30	2	4	4	4	14
31	4	3	4	4	15
32	5	4	5	4	18
33	4	4	4	4	16
34	4	2	3	4	13
35	4	5	3	4	16
36	3	3	4	4	14
37	4	4	4	4	16
38	4	2	2	4	12
39	4	3	2	4	13
40	2	3	3	4	12
41	4	2	4	4	14
42	2	2	4	4	12
43	4	2	4	4	14
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	2	4	2	4	12
47	2	2	2	4	10
48	2	3	3	4	12

24	5	2	5	4	16
25	4	4	4	4	16
26	4	2	4	4	14
27	4	4	4	4	16
28	5	1	4	4	14
29	4	2	4	4	14
30	4	2	4	4	14
31	4	2	4	4	14
32	5	4	5	4	18
33	4	2	4	4	14
34	4	2	4	4	14
35	4	1	3	3	11
36	4	2	3	3	12
37	4	1	3	3	11
38	3	2	3	4	12
39	4	1	4	2	11
40	4	1	2	3	10
41	4	2	4	4	14
42	4	2	4	4	14
43	4	2	4	4	14
44	5	2	4	4	15
45	4	4	2	4	14
46	4	1	4	3	12
47	4	2	4	4	14
48	4	2	4	4	14

24	2	2	5	4	1	4	18
25	2	2	4	4	2	4	18
26	2	2	4	4	2	4	18
27	2	2	4	4	2	4	18
28	2	2	5	4	2	4	19
29	2	2	5	5	1	4	19
30	2	2	4	4	2	4	18
31	3	3	5	4	2	4	21
32	5	4	5	4	5	4	27
33	2	2	4	4	2	4	18
34	3	3	5	4	2	4	21
35	3	3	5	5	1	4	21
36	3	3	5	4	2	4	21
37	3	3	5	5	2	4	22
38	3	3	5	2	4	3	20
39	2	4	5	4	2	4	21
40	3	3	5	5	2	4	22
41	2	2	4	4	2	4	18
42	2	2	4	2	4	4	18
43	2	2	4	4	2	4	18
44	2	2	4	2	4	4	18
45	4	2	2	4	4	2	18
46	3	3	5	5	2	4	22
47	3	3	5	4	2	3	20
48	2	3	4	2	5	4	20

49	4	4	4	4	16
50	2	2	4	4	12
51	2	3	4	4	13
52	2	4	4	4	14
53	2	4	4	4	14
54	4	2	4	4	14
55	2	4	4	4	14
56	2	4	3	4	13
57	5	2	4	4	15
58	5	2	3	3	13
59	5	3	4	4	16
60	2	4	3	4	13
61	5	4	4	4	17
62	5	5	5	4	19
63	5	4	4	5	18
64	2	5	3	4	14
65	5	4	4	5	18
66	5	5	5	5	20
67	5	4	5	4	18
68	5	5	5	4	19
69	5	5	4	5	19
70	4	5	4	4	17
71	5	5	5	4	19
72	5	4	4	5	18
73	5	5	4	4	18

49	4	2	4	4	14
50	4	1	4	3	12
51	4	1	4	3	12
52	4	4	4	4	16
53	4	2	4	4	14
54	4	2	4	4	14
55	4	1	4	4	13
56	5	2	5	4	16
57	4	1	4	4	13
58	4	3	4	3	14
59	4	1	3	3	11
60	4	1	3	3	11
61	5	4	4	5	18
62	5	5	5	4	19
63	4	5	4	4	17
64	4	4	4	4	16
65	5	5	4	5	19
66	5	4	4	4	17
67	4	4	4	5	17
68	4	4	4	4	16
69	5	4	5	4	18
70	4	4	4	4	16
71	5	4	5	5	19
72	5	5	5	5	20
73	4	4	5	5	18

49	2	2	4	4	2	4	18
50	3	3	5	2	4	4	21
51	3	3	5	4	1	3	19
52	2	2	4	4	2	4	18
53	2	2	4	4	2	4	18
54	2	2	4	4	2	4	18
55	3	3	5	4	1	4	20
56	3	3	5	5	2	4	22
57	2	2	4	2	2	3	15
58	3	3	4	2	4	3	19
59	3	3	5	2	4	4	21
60	3	3	4	5	2	5	22
61	4	4	4	5	4	4	25
62	4	4	5	5	5	5	28
63	4	5	4	4	3	4	24
64	2	2	4	5	2	4	19
65	4	5	4	5	4	4	26
66	4	5	4	5	4	5	27
67	4	5	4	4	5	4	26
68	5	5	4	4	5	4	27
69	4	4	4	2	2	5	21
70	3	3	4	4	3	3	20
71	4	4	4	4	5	5	26
72	5	5	5	5	4	4	28
73	4	4	5	5	4	4	26

74	4	4	4	5	17
75	2	3	3	4	12
76	5	3	4	4	16
77	1	4	1	4	10
78	2	5	4	4	15
79	2	2	4	4	12
80	5	4	2	4	15
81	4	2	3	3	12
82	4	3	2	2	11
83	2	4	2	4	12
84	2	4	2	4	12
85	2	4	4	4	14
86	2	4	4	4	14
87	2	4	4	4	14
88	2	4	4	4	14
89	2	4	4	5	15
90	2	4	4	4	14
91	5	2	2	3	12

74	5	2	4	4	15
75	4	2	4	4	14
76	4	4	4	4	16
77	4	1	4	1	10
78	4	2	4	4	14
79	4	2	4	4	14
80	4	1	4	3	12
81	4	2	4	4	14
82	2	3	4	5	14
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	2	14
89	5	5	5	5	20
90	4	4	4	4	16
91	2	3	3	4	12

74	2	2	2	2	4	4	16
75	2	4	4	4	2	4	20
76	2	2	4	2	4	3	17
77	1	1	5	4	1	4	16
78	2	4	4	4	2	4	20
79	2	4	4	4	2	4	20
80	2	4	4	4	2	4	20
81	3	3	5	4	2	4	21
82	3	4	4	4	4	3	22
83	4	4	3	3	2	1	17
84	4	4	3	3	3	2	19
85	4	4	3	3	2	2	18
86	4	2	4	4	4	4	22
87	4	2	4	4	4	4	22
88	4	2	4	4	4	4	22
89	4	4	4	4	4	3	23
90	4	2	3	3	2	2	16
91	4	4	5	5	5	1	24

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 y1 y2 y3 y4 y5 y6
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE CORR COV

  /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.734	.749	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
faktor sosial x1					
1	46.2967	30.678	.373	.364	.718
2	46.1978	32.094	.365	.411	.717
3	46.0549	32.475	.418	.445	.711
4	45.6374	35.234	.318	.613	.725
faktor pribadi x2					
1	45.5824	34.046	.459	.692	.715
2	47.0330	29.299	.450	.537	.706
3	45.7363	33.752	.398	.447	.716
4	45.8462	33.176	.423	.417	.713
Prinsip ekonomi islam y					
1	46.7912	30.167	.608	.706	.688
2	46.7802	30.507	.549	.535	.694
3	45.4396	37.249	-.053	.484	.754
4	45.9121	34.903	.132	.531	.743
5	46.9121	30.948	.353	.600	.720
6	45.9231	35.227	.181	.525	.734

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.536[a]	.287	.271	2.53665

a. Predictors: (Constant), faktor pribadi, faktor sosial

b. Dependent Variable: y

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228.370	2	114.185	17.745	.000[a]
	Residual	566.246	88	6.435		
	Total	794.615	90			

a. Predictors: (Constant), faktor pribadi, faktor sosial

b. Dependent Variable: y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.817	1.981		4.452	.000
	faktor sosial	.481	.145	.361	3.304	.001
	faktor pribadi	.316	.144	.241	2.199	.030

a. Dependent Variable: y

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI

Nomor : /In.26/PP.00.9/05/2017

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an. **Karti Dewinda** NIM. **3213.215** tanggal 29 Maret 2017, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :

a. Bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. Bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :

1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

Menetapkan :

MEMUTUSKAN

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul " **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Online menurut Perspektif Ekonomi Islam.** "

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A
Nama : **Dr. Iiz Izmuddin, MA**
NIP : 19750303 200112 1007
Pangkat/Gol.Ruang : Pembina (IV/a) / Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok : Fiqh
Memberi Mata Kuliah : Fiqh Mu'amalah
Untuk Tugas : Pembimbing I

B
Nama : **Yefri Joni, MA**
NIP : 19760206 200312 1004
Pangkat/Gol.Ruang : Penata Muda Tk.I (III/b) / Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok : Ekonomi Islam
Memberi Mata Kuliah : Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah
Untuk Tugas : Pembimbing II

Ketiga : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : Mei 2017

Rektor,

RIDHA AHIDA
NIP. 19701205 199403 2003

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing
2. Mahasiswa yang bersangkutan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B- 1409 /In.26.3/PP.07/05/2017 31 Mei 2017
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth.
Rektor IAIN Bukittinggi

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Skripsi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**KARTI DEWINDA**
NIM	:	**3213. 215**
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Alamat	:	Mancuang, Padang Tarok, kecamatan Baso, Kabupaten Agam
Lokasi Penelitian	:	Kampus II IAIN Bukittinggi
Judul Skripsi	:	***"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pegawai IAIN Bukittinggi terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam"***
Waktu	:	31 Mei s/d 29 Juli 2017

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

Hj. Harfandi, SE, M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BUKITTINGGI
Kampus I : Jalan Paninjauan Garegeh Bukittinggi - Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.iainbukittinggi.ac.id | email : info@iainbukittinggi.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : B- 1808/In.26/PP.08/09/2017

Yang bertanda tangan di bawah ini Ka. Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: **Karti Dewinda**
NIM	: 3213215
Jurusan	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi pada tanggal 23 Juli 2017 – 29 Juli 2017 untuk skripsi yang berjudul: **Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pegawai Tenaga Kependidikan IAIN Bukittinggi Dalam Berbelanja Online Menurut Ekonomi Islam.**

Demikianlah surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 11 September 2017
Ka. Bagian AKAMA,

Melvita, S.Ag
NIP. 19770108 200112 2 002



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap : Karti Dewinda

Nama panggilan : Winda

Jenis kelamin : Perempuan

Anak : ke lima dari 7 bersaudara

Tempat/ tanggal lahir : Bukittinggi, 1 Februari 1993

Alamat : Mancuang, Kanagarian Padang Tarok, Kec. Baso, Kab. Agam

Orang tua (Ayah):

Nama : Asril

Pekerjaan : Tani

Alamat : Mancuang, Kanagarian Padang Tarok, Kec. Baso, Kab. Agam

Orang tua (Ibu):

Nama : Nurliana

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Mancuang, Kanagarian Padang Tarok, Kec. Baso, Kab. Agam

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Nusa Indah Mancuang (Tahun 1998-1999)
2. SD Negeri 07 Mancung (Tahun 2000-2006)
3. SMP Negeri 3 Baso (Tahun 2006-2009)
4. SMA Negeri 1 Baso (Tahun 2009-2012)
5. IAIN Bukittinggi (Tahun 2013-2017)