

**PENGARUH *DELIVERY SPEED*, *SHIPMENT TRACKING*
DAN *TRUST* DALAM MENCIPTAKAN KEPUASAN
PEMBELIAN DI *MARKETPLACE SHOPEE* DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi pada Pengguna *Shopee* di Kecamatan Sukarame)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana (S.E)
Dalam Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

**RUDI STIAWAN
NPM: 1851040350**



Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

**PENGARUH *DELIVERY SPEED*, *SHIPMENT TRACKING*
DAN *TRUST* DALAM MENCIPTAKAN KEPUASAN
PEMBELIAN DI *MARKETPLACE SHOPEE* DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi pada Pengguna *Shopee* di Kecamatan Sukarame)**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi dalam Ilmu
Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

RUDI STIAWAN
NPM: 1851040350

Pembimbing I: Fatih Fuadi, M.S.I

Pembimbing II: Suhendar, M.S.Ak

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

ABSTRAK

Pada saat ini teknologi internet berkembang cukup pesat, salah satunya dibidang bisnis *e-commerce* yang dapat mendorong bisnis konvensional beralih menjadi bisnis digital. *Shopee* merupakan salah satu *platform e-commerce* yang cukup dikenal masyarakat luas dan paling unggul dalam menarik perhatian konsumen berdasarkan laporan *Top Brand Index (TBI) 2023*. Namun beberapa bulan belakangan, ditemukan beberapa pelanggan yang memberikan keluhan pada kolom komentar mengenai kecepatan waktu pengiriman jasa tersebut. Selain itu juga, berdasarkan pra-riset yang peneliti lakukan, membuktikan bahwa memang terdapat keluhan mengenai kecepatan waktu pengiriman, pernah adanya kendala pada sistem pelacakan, aplikasi *Shopee* yang semakin berat (sulit) untuk diakses. Secara teoretis, berangkat dari saran penelitian Arya Jaya Kusuma dan Rutinalas Haholongan untuk dapat menggunakan variabel lain diluar variabel harga, kualitas pelayanan, dan ketepatan pengiriman agar dapat mengembangkan penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, dan *Trust* dalam menciptakan kepuasan pembelian online di marketplace *Shopee* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung yang menggunakan *Shopee*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, diperoleh dengan teknik *purposive sampling* yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner menggunakan skala likert 5 poin. Analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan alat statistik *Smart-PLS 3*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Delivery Speed* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian. *Shipment Tracking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian. Kemudian, secara simultan (bersamaan) *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* berpengaruh terhadap kepuasan pembelian sebesar 70,3% pada pengguna *Shopee* di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Kata Kunci: Delivery Speed, Shipment Tracking, Trust, Kepuasan Pembelian, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

At this time internet technology is developing quite rapidly, one of which is in the business sector e-commerce which can encourage conventional businesses to turn into digital businesses. Shopee is one of platform e-commerce which is quite well known to the wider community and is the most superior in attracting consumer attention based on reports Top Brand Index (TBI) 2023. However, in recent months, several customers have been found who have complained in the comments column regarding the speed of delivery of these services. Apart from that, based on the pre-research that the researchers did, it proved that there were indeed complaints about the speed of delivery time, there had been problems with the tracking system, the application Shopee which is getting heavier (difficult) to access. Theoretically, departing from the research suggestions of Arya Jaya Kusuma and Rutinalas Haholongan to be able to use other variables besides price, service quality, and delivery accuracy in order to develop this research that affects customer satisfaction.

The purpose of this research is to examine the effect Delivery Speed, Shipment Tracking, and Trust in creating online purchase satisfaction in the marketplace Shopee Islamic Business Ethics. This study uses a descriptive quantitative approach. The population in this study is the people of Sukarame District, Bandar Lampung City who use Shopee. The sample in this study amounted to 100 people, obtained by technique purposive sampling collected using a questionnaire using a 5-point Likert scale. Data analysis using approach Partial Least Square (PLS) with the help of statistical tools Smart-PLS 3.

The research results show that Delivery Speed positive and significant effect on purchase satisfaction. Shipment Tracking positive and significant effect on purchase satisfaction. Trust positive and significant effect on purchase satisfaction. Then, simultaneously (simultaneously) Delivery Speed, Shipment Tracking and Trust effect on purchase satisfaction of 70.3% of users Shopee in Sukarame District, Bandar Lampung City.

Keywords: *Delivery Speed, Shipment Tracking, Trust, Customer Satisfaction, Islamic Business Ethics*

SURAT PERNYATAAN

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokaatuh.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rudi Stiawan
NIM : 1851040350
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian di *Marketplace Shopee* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna *Shopee* di Kecamatan Sukarame)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.
Wassalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokaatuh,

Bandar Lampung, 5 Juli 2023
Penulis,



Rudi Stiawan
NIM. 1851040350



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703289

SURAT PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian di *Marketplace Shopee* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna *Shopee* Di Kecamatan Sukarame)

Nama : Rudi Stiawan

NPM : 1851040350

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing 1,

Pembimbing II,

Fatih Fuadi, M.S.I.

NIP. 198512192015031006

Suhendar, S.E., M.S.Ak.

NIP. 198510302019031004

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Ahmad Habibi, M.E.

NIP. 197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721)703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian di *Marketplace Shopee* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna *Shopee* Di Kecamatan Sukarame)”** disusun oleh **Rudi Stiawan, NPM: 1851040350**, Jurusan **Manajemen Bisnis Syariah**, telah diujikan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Selasa, 15 Agustus 2023**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Ali Abdul Wakhid, M.S.I. (.....)

Sekretaris : Arifa Kurniawan, M.S.A. (.....)

Penguji I : Dr. M. Iqbal Fasa, S.E., M.E.I. (.....)

Penguji II : Fatih Fuadi, M.S.I. (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A.

NIP. 197009262008011008



MOTTO

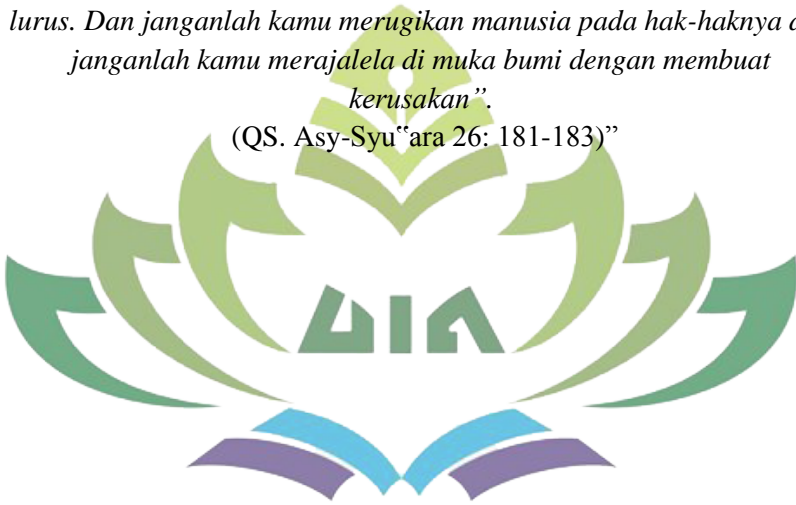
أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

﴿١٨٣﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

(QS. Asy-Syu‘ara 26: 181-183)”



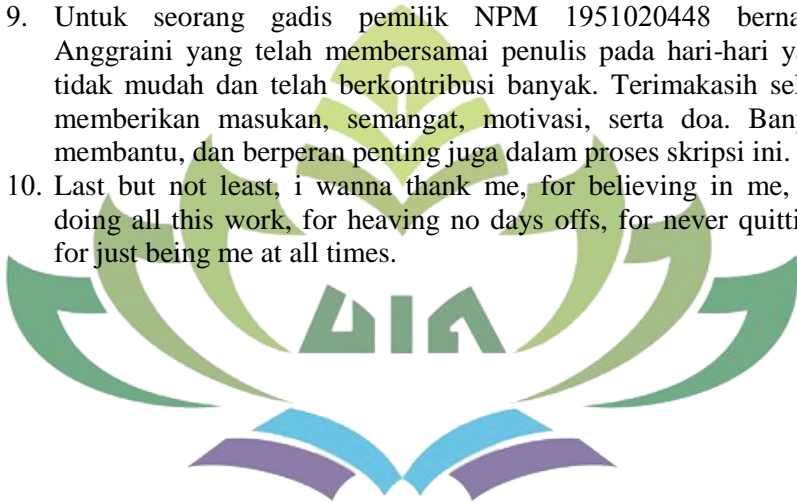
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dan shalawat kepada Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi Wasallam serta kerendahan hati, penulis persembahkan hasil penelitian ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta penulis yaitu Ayahanda Suwardi dan Ibundaku Rosdiana. Yang telah mendidik saya untuk selalu meminta ridho Allah SWT dan senantiasa untuk selalu bershalawat dalam setiap langkah yang saya ambil serta mendidik saya untuk memiliki daya juang. Skripsi ini adalah persembahan kecil saya untuk kedua orangtua saya sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan serta atas cinta dan kasih sayang yang tiada batas, kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral dan material. Terimakasih selalu mendoakan selama menempuh pendidikan sehingga dapat menyelesaikan studi S1 di UIN Raden Intan Lampung. Serta motivasi, pengorbanan, didikan, peluh yang mengalir atas perjuanganmu yang telah membawa penulis berada di titik ini. Semoga Allah SWT senantiasa memuliakan kedua orangtua saya baik di dunia maupun di akhirat. Aamiin
2. Kakak Winda, Abang Rendy, Abang Ady, Adik Ocha yang selalu memberi semangat, motivasi, pengorbanan, didikan, serta doa-doa tulus dalam proses selama kuliah sampai titik skripsi ini.
3. Kedua pembimbing saya Bapak Fatih Fuadi dan Bapak Suhendar yang bersedia dengan ikhlas meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing saya, serta selalu memberikan motivasi dan dukungan agar selalu semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Kepada bapak Nursyaadi yang bersedia dengan ikhlas meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing saya, serta selalu memberikan motivasi dan dukungan agar selalu semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat karib, Sudewa Orga Putra, Afifudin, Algae Mega Andika Putra, Dimas Aprilio, Dimas Aditya, Eko, Rama, Tio, Angga, Aldi, Cecep, Helen, Ria, Desti, Gita, Raditha, Ayu, Mpep, Uci, Hesti, Winda, Ela, Tuti, Rini, yang selalu memberikan semangat dan doa, berbagi cerita hidup sehingga membuat penulis semangat dalam mengerjakan proses skripsi.
6. Sahabat seperjuangan kosan A8, Agung Bayu Setiawan, Ali Nur Efendi, Hadid Azizi, Handi, Delvi, Raka, Danu, Ipan, Abong, Bintaro, i Gede Bayu Mahendara, yang selalu mensupport penulis

dalam proses penulisan, memberi berbagai masukan, mengarahkan, membantu, dan hiburan serta canda tawa selama proses kuliah sampai dengan tahap skripsi ini.

7. Sahabat sedari kecil Gilang, Tio, Dimas, Jodi, Adit, Emon, Lihun, Irfan agan, Feby Reza, Irfan Kur, Wo Rya, Eka, Selvi, Diana terimakasih untuk semangat, masukan, dan doanya.
8. Teman-teman seperjuangan kelas E MBS 2018, Deisa Ayu, Nurma, Bunga, Melia, Naufal, Rifai dan yang lainnya mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu doa terbaik untuk E MBS, terimakasih teman-teman selalu mensupport dalam waktu penulisan semoga dilancarkan, dipermudah dalam segala sesuatu, termasuk dalam bimbingan skripsi, penulisan skripsi dan lain sebagainya.
9. Untuk seorang gadis pemilik NPM 1951020448 bernama Anggraini yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah dan telah berkontribusi banyak. Terimakasih selalu memberikan masukan, semangat, motivasi, serta doa. Banyak membantu, dan berperan penting juga dalam proses skripsi ini.
10. Last but not least, i wanna thank me, for believing in me, for doing all this work, for heaving no days offs, for never quitting, for just being me at all times.



RIWAYAT HIDUP

Rudi Stiawan, dilahirkan di Bukit Kemuning pada tanggal 18 September 1999, anak Keempat dari pasangan Suwardi dan Rosdiana. Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar (SD) Negeri 3 Bukit Kemuning diselesaikan pada tahun 2011, Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Bukit Kemuning diselesaikan pada tahun 2014, Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Bukit Kemuning diselesaikan 2017 dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2018/2019.

Selama menjadi mahasiswa, aktif diberbagai kegiatan intra Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Salah satunya penulis aktif di kegiatan UKM olahraga Futsal UIN Raden Intan Lampung. Dan alhamdulillah beberapa kali ikut andil dalam lomba yang di selenggarakan oleh pihak kampus maupun luar kampus sebagai atlit perwakilan dari Fakultas Ekonomi Bisnis Islam maupun UIN Raden Intan Lampung.



Bandar Lampung, 25 Juli 2023
Yang Membuat,

Rudi Stiawan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrahim

Segala puji hanya milik Allah SWT semesta alam. Yang maha pengasih lagi maha penyayang. Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam. Kepada keluarga beliau, para sahabat dan orang-orang yang berusaha meniti jejaknya sampai hari akhir.

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Delivery Speed, Shipment Tracking* dan *Trust* Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian Di *Marketplace Shopee* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna *Shopee* di Kecamatan Sukarame)” dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat menyelesaikan program studi S1 Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan penulis, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt, C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Fatih Fuadi, M.S.I. selaku Pembimbing Akademik I yang dengan sabar membimbing dan meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Suhendar, M.S.Ak. selaku Pembimbing Akademik II yang dengan ikhlas membimbing dan meluangkan waktu dan pikirannya dalam mengarahkan penulis hingga terselesaikannya skripsi yang baik dan benar dari penulis.
5. Nur Sya’adi, M.E. Selaku dosen yang telah ikhlas membantu membimbing dan selalu mengarahkan, memotivasi, hingga terselesaikannya skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen selaku guru yang amat sangat berjasa bagi penulis dalam memberikan ilmu, mendidik dan membentuk karakter dengan penuh keikhlasan.
7. Seluruh staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang turut berperan dalam penyelesaiannya studi penulis.
8. Seluruh sahabat dan semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak dan Ibu Dosen, Sahabat dan seluruh pihak yang terlibat dengan kebaikan-kebaikan yang berlipat ganda. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu kiranya para pembaca dapat memberikan kritik, saran yang membangun sehingga melengkapi tulisan ini dan menjadikannya lebih baik lagi.



Bandar Lampung, 25 Juli 2023
Penulis,

Rudi Stiawan
NPM 1851040350

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Identifikasi dan Batasan masalah	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan penelitian	13
F. Manfaat penelitian	14
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	15
H. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN	
HIPOTESIS	21
A. Teori yang Digunakan	21
B. Pengajuan Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Jenis dan Sifat Penelitian.....	49
C. Populasi dan Sampel	49

D. Sumber Data.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Definisi Oprasional Variabel	52
G. Teknik Analisa Data.....	54
1. Uji Validitas	55
2. Uji Reliabilitas	55
3. Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Deskripsi Data.....	57
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
2. Deskripsi Responden	58
3. Deskripsi Tanggapan Responden.....	60
4. Uji Validitas.....	67
5. Uji Reliabilitas	70
6. Uji Hipotesis	71
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
1. Delivery Speed terhadap Kepuasan Pembelian	73
2. Shipment Tracking terhadap Kepuasan Pembelian	74
3. Trust terhadap Kepuasan Pembelian.....	75
4. Delivery Speed, Shipment Tracking dan Trust terhadap Kepuasan Pembelian	76
5. Delivery Speed, Shipment Tracking, Trust dan Kepuasan Pembelian di Shopee dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.	77
BAB V PENUTUP	81
A. Simpulan	81
B. Rekomendasi	82
DAFTAR RUJUKAN.....	83
Buku:.....	83
Jurnal Ilmiah:	84
Halaman Web:.....	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Top Brand Index Fase 2 2023	3
1.2 Varian Produk Shopee Express	8
1.3 Hasil Pra Survey	11
3.1 Definisi Oprasional Variabel.....	52
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	59
4.4 Inteval dan Kategori	60
4.5 Tanggapan Responden pada Variabel Delivery Speed.....	61
4.6 Kategori Tanggapan Responden pada Variabel Delivery Speed.....	62
4.7 Tanggapan Responden pada Variabel Shipment Tracking.....	63
4.8 Kategori Tanggapan Responden pada Variabel Shipment Tracking	64
4.9 Tanggapan responden pada variabel Trust	65
4.10 Kategori Tanggapan responden pada variabel Trust	65
4.11 Tanggapan Responden pada Variabel Kepuasan Pembelian.....	66
4.12 Kategori Tanggapan Responden pada Variabel Kepuasan Pembelian	67
4.13 Hasil Uji Validitas	69
4.14 Hasil Uji Reliabilitas	71
4.15 Hasil Jalur Koefisien	71
4.16 Hasil R-Square	73
4.17 Kategori Variabel Penelitian	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.2 Keluhan Pelanggan di Kolom Komentar.....	10
2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
4.1 Hasil Uji Validitas Pertama.....	68
4.2 Hasil Uji Validitas Kedua.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	90
Lampiran 2 Daftar Jawaban Kuesioner Responden	94
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	97
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	99
Lampiran 5 Hasil Jalur Koefisien.....	100
Lampiran 6 Hasil R-Square.....	101
Lampiran 7 Keluhan Kolom Komentar Shopee	102
Lampiran 8 Hasil Pra-Riset	106



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judul merupakan kerangka awal yang menjelaskan arti dan maksud dari beberapa istilah yang berkaitan dengan judul skripsi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud dan menghindari kesalahpahaman pembaca mengenai pemaknaan terhadap istilah dan arti kalimat yang digunakan. Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* Dan *Trust* Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian Di *Marketplace Shopee* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna *Shopee* di Kecamatan Sukarame)” Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh** merupakan daya yang ada dan timbul dari suatu (benda, orang) yang ikut membentuk watak, kepercayaan serta perbuatan seseorang.¹
2. ***Delivery Speed*** atau Kecepatan pengiriman mengacu pada interval waktu antara penempatan pesanan dan pengiriman aktual lokasi yang diinginkan pembeli yang merupakan salah satu aspek kemampuan yang diperlukan dalam penyedia jasa kurir karena kecepatan pengiriman merupakan layanan nilai tambah utama dalam banyak *e-commerce*.²
3. ***Shipment Tracking*** menggambarkan kemampuan untuk melacak atau memantau paket saat mereka bergerak mengirim ke tempat tujuan.³

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008). Hal. 1168

² Riley, J. M., & Klein, R. How logistics capabilities offered by retailers influence millennials' online purchasing attitudes and intentions. *Young Consumers*. (2019).

³ Jozuna, A. E., & Dewi, C. K., “Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, Dan *Trust*, Dalam Menciptakan *Attitude Shopee Express* Dan Niat Pembelian Online Di *Shopee*”, *e-Proceeding of Management*, Vol.7, No.2 (2020), hal. 6333-6345.

4. **Trust** atau kepercayaan adalah kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya kepada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena ia mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut.⁴
5. **Kepuasan Pembelian** adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁵
6. **Etika Bisnis Islam**

Etika bisnis dapat diartikan sebagai suatu aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum. Tetapi harus diingat dalam praktek bisnis sehari-hari etika bisnis dapat menjadi batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan.⁶ Etika bisnis islam merupakan studi terhadap standar moral yang mengacu pada nilai-nilai transenden, yaitu nilai-nilai yang dibangun oleh wahyu dari Allah ‘Azza wa Jalla yang mengajak manusia untuk berbuat baik dalam bisnis agar memperoleh kehidupan yang sejahtera di dunia dan akhirat.⁷

Berdasarkan pemaparan mengenai istilah-istilah pada judul skripsi diatas, maka dapat ditegaskan bahwa penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana Pengaruh *Delivery Speed, Shipment Tracking Dan Trust* Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian Di *Marketplace Shopee* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti sekarang ini, teknologi sangat erat kaitannya dengan internet. Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun tampak turut serta mendorong perkembangan

⁴ Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. *Jurnal Manajemen Inovasi*, (2018), Vol. 8, No. 3, hal. 104-133.

⁵ Lupiyoadi R. dan Hamdani A., *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jilid dua, Cetakan Keempat. (Jakarta: Salemba Empat, 2008).

⁶ Nihayatul Masykuroh, *Etika Bisnis Islam*, ed. oleh Mujang Kurnia, CV. Media Karya Kreatif (Banten: Media Karya Publishing, 2020), 57.

⁷ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Islam Era 5.0*, ed. oleh Monalisa, 1 ed. (Depok: Rajawali Pers, 2021), 33.

internet, salah satunya di Indonesia. Data Statista menunjukkan, Indonesia masuk dalam 10 negara dengan pengguna internet terbesar di dunia. Tumbuhnya pengguna internet di Indonesia menggambarkan kemajuan teknologi yang semakin pesat saat ini, bisa dikatakan teknologi informasi telah memasuki ke segala aspek bidang, salah satunya dibidang bisnis. Teknologi yang berkembang dalam bidang bisnis yaitu e-commerce yang dapat mendorong bisnis konvensional beralih menjadi bisnis digital.⁸

E-commerce menjadi alternatif bisnis di era modern yang sejalan dengan kondisi pasar yang semakin dinamis dan persaingan yang kompetitif, mengakibatkan perubahan pada perilaku konsumen. Di Indonesia, belanja secara *online* telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Terdapat lima *e-commerce* terbesar yang mendominasi di Indonesia. Dilansir dari *Top Brand Index* Fase 2 2023,⁹ sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Top Brand Index Fase 2 2023

No	Brand	TBI 2023
1	Shopee.co.id	45.80%
2	Lazada.co.id	15.10%
3	Tokopedia.com	11.30%
4	Blibli.com	10.60%
5	Bukalapak.com	4.70%

Sumber: *Top Brand Index* Fase 2 (2023)

Dari data yang disajikan dapat diketahui informasi bahwa adanya persaingan yang terjadi antara pemain-pemain yang

⁸ Jozuna, A. E., & Dewi, C. K., "Pengaruh Delivery Speed, Shipment Tracking, Dan Trust, Dalam Menciptakan Attitude Shopee Express Dan Niat Pembelian Online Di Shopee", *e-Proceeding of Management*, Vol.7, No.2 (2020), hal. 6333-6345.

⁹ Top Brand Award, "Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap", 2023, https://www.topbrand-award.com/top-brand%20index/?tbi_find=shopee

unggul *e-commerce* di Indonesia dalam menarik perhatian konsumen. Dapat diketahui bahwa *e-commerce* yang menduduki top brand index adalah *shopee* dengan dengan nilai 45,80 %. *Shopee* merupakan aplikasi mobile pasar *online* pertama bagi konsumen ke konsumen (C2C) yang aman, menyenangkan, mudah, dan praktis dalam jual beli. *Shopee* sebagai salah satu situs yang wadah jual beli secara online yang telah melakukan perubahan untuk menarik minat pelanggan agar lebih banyak bertransaksi melalui situs tersebut. *Shopee* lebih fokus pada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya saja.

Seiring dengan pertumbuhan *e-commerce*, terdapat bisnis lain yang juga ikut tumbuh yaitu pada sektor bisnis logistik. Menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, jasa pengiriman barang banyak perusahaan yang berorientasi pada konsumen. Suciati Puspitaningrum dan Cut Irna Setiawati melakukan penelitian yang berjudul Analisis 7 Atribut *e-Commerce* Berbasis Website sebagai Dasar Preferensi Konsumen di Kota Bandung dengan Pendekatan Analisis Konjoin, menyebutkan data penelitian bahwa terdapat harapan konsumen dalam mempertimbangkan satu *e-commerce* sebagai tempat belanja. Sebanyak 69,4% responden menyatakan *e-commerce* sebaiknya memiliki kecepatan pengiriman yang baik, serta terkait promo biaya pengiriman yang ditawarkan sebesar 80,6%.¹⁰

Keberadaan jasa pengiriman barang tidak hanya memudahkan masyarakat umum namun juga bagi pelaku bisnis. Para pelaku bisnis, terutama pelaku bisnis online atau *e-commerce* menggunakan jasa pengiriman barang untuk mengirimkan barang untuk customernya ke seluruh Indonesia hingga ke luar negeri. Jumlah peminat bisnis belanja online pun semakin hari kian meningkat. Hal ini menjadikan jasa

¹⁰ Suciati Puspitaningrum dan Cut Irna Setiawati, “Analisis 7 Atribut *e-Commerce* Berbasis Website sebagai Dasar Preferensi Konsumen di Kota Bandung dengan Pendekatan Analisis Konjoin”, *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6, No. 2, (2021), hal. 151-167.

pengiriman memiliki hubungan erat dengan para pelaku bisnis. Melihat banyaknya jasa pengiriman barang yang ada di Indonesia membuat para pelaku bisnis perlu menentukan jasa pengiriman yang tepat untuk digunakan. Melakukan survey terhadap jasa pengiriman yang akan digunakan penting dilakukan untuk mengetahui kredibilitas jasa pengiriman yang ada. Selain itu, pelayanan yang profesional, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan dalam menggunakan jasa, serta asuransi atau jaminan pengiriman yang ditawarkan menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan jasa pengiriman barang.

Jasa pengiriman adalah suatu organisasi laba atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam pengiriman. Pengiriman yang dilakukan berupa barang, paket dan dokumen dapat dikirim untuk tujuan domestik maupun internasional melalui jalur darat, laut dan udara. Kemajuan teknologi pun menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang modern. Salah satu keunggulan yang dimiliki perusahaan jasa pengiriman saat ini adalah sistem online tracking. Pada sistem ini perusahaan maupun konsumen dapat dengan mudah melacak keberadaan barang yang dikirim.

Layanan pada perusahaan jasa yang diberikan bergantung pada kinerja perusahaan dimana setiap perusahaan memiliki standar pelayanan yang meliputi persyaratan pelayanan, waktu pelayanan, prosedur pelayanan dan biaya agar karyawan jasa dapat memberikan pelayanan yg maksimal kepada pelanggan. Kualitas pelayanan perlu dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan dari keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian layanan yang diinginkan. Perusahaan yang menerapkan kualitas pelayanan yang baik akan membuat kredibilitas perusahaan meningkat. Apabila pelayanan yang diterima konsumen baik dan sesuai dengan harapan, maka hal ini dapat membuat persepsi konsumen dan konsumen akan memutuskan untuk membeli pelayanan tersebut di masa mendatang.

Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan

haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan ketaqwaan dan membuktikan konsistensi keimanannya dalam menjalankan syariat islam. Dimana dalam islam mengajarkan bahwa memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan pelayanan yang buruk atau tidak berkualitas melainkan hendaknya yang baik lagi berkualitas.

Hal ini tampak dalam surah Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut¹¹:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا
لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَتِمَّمُوا الْحَيِّثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِعَٰخِذِيهِ
إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memijamkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS. Al-Baqarah [2]: 267)

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa bagaimana seharusnya sikap seseorang dalam menafkahkan hartanya dijalan Allah yaitu dengan menafkahkan hartanya yang baik lagi berkualitas.

Oleh karena itu dalam memberikan pelayanan jasa kepada orang lain atau pelanggan kita harus memberikan pelayanan yang baik lagi berkualitas.

Seiring pertumbuhan di sektor logistik yang cepat, di sisi lain timbul beberapa kendala yang cukup besar pada saat

¹¹ Kementerian Agama RI, *Al-Quran QS Al-Baqarah/2:267*, (2010), hal. 403.

pengiriman barang seperti telat waktu pengiriman, salah alamat pengiriman, barang diterima oleh orang lain, barang rusak/hilang, dan lain-lain. Ada pula kesalahan yang dilakukan oleh konsumen/pembeli seperti kurang lengkapnya alamat yang dituju. atau pada saat pengiriman barang tidak ada yang menerima/rumah kosong yang mengakibatkan barang tersebut tidak sampai tepat waktu atau dikembalikan. Hal itu membuat kepercayaan atau sikap konsumen terhadap perusahaan logistik menurun.

Melihat adanya permasalahan yang ada, salah satu perusahaan *e-commerce* yaitu *Shopee* mulai mendirikan jasa logistik sendiri yang sudah terintegrasi dengan layanan yang dimilikinya. Jasa logistik yang dimiliki *Shopee* diberi nama *Shopee Express*. *Shopee Express* didirikan guna untuk mengoptimisasik layanan secara maksimal dan mengurangi adanya kesalahan pada perusahaan logistik yang dapat berdampak negatif dan mempengaruhi *attitude* terhadap niat pembelian online pada *Shopee* selaku pihak penyedia layanan berbelanja online. Dengan menggunakan jasa logistik *Shopee Express*, pengiriman barang dapat lebih terakomodir dan terawasi. Agar *attitude* yang dimiliki *Shopee Express* dapat dinilai baik oleh calon pengguna, *Shopee Express* harus memperhatikan beberapa hal seperti *delivery speed*, *shipment tracking*, dan *trust* dalam penggunaan jasa logistik *Shopee Express*. Selain itu, *shopee express* juga memiliki beragam varian layanan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan customer, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Varian Produk Shopee Express

No	Layanan	Keterangan
1.	<i>Shopee Express Standard</i>	Pengiriman reguler menggunakan ekspedisi kurir Shopee khusus yang bekerja sama dengan Wahana Shipper dan SiCepat Ekspres, durasi pengiriman bekisar antara 2-7 hari.
2.	<i>Shopee Express Sameday</i>	Pengiriman cepat dengan jaminan paket sampai di hari yang sama melalui kurir Shopee khusus, dengan durasi pengiriman maksimal 6 jam,
3.	<i>Shopee Express Instant</i>	Pengiriman yang dilakukan maksimal 3 jam setelah barang dijemput oleh kurir Shopee.
4.	<i>Shopee Express Hemat</i>	Pengiriman luar kota dan antar pulau dengan biaya lebih hemat menggunakan kurir Shopee khusus, durasi pengiriman bekisar antara 2-14 hari.

Sumber: *shopeeexpress.com* (2022)

Meski terdapat beberapa jenis layanan yang disediakan oleh *shopee express*, namun fenomena yang terjadi yaitu terdapat permasalahan pada pelanggan *shopee* berupa keluhan yang di lontarkan di kolom komentar *marketplace Shopee* karena paketnya tak kunjung sampai ke alamat tujuan. Beberapa pelanggan mengaitkan keterlambatan pengiriman tadi dengan masalah kesejahteraan kurir *Shopee Express* (SPX). Lantaran beredar kabar, keterlambatan pengiriman itu terjadi karena ada pemotongan upah kirim kepada para kurir *Shopee Express*. Dilansir dalam CNBC Indonesia bahwa kurir *shopee express* (SPX) melakukan mogok kerja akibat upah diturunkan dan menuntut adanya jaminan sosial. Walaupun dalam perkembangan kasusnya saat ini sudah ada jawaban dari pihak perusahaan jika upah kurir sebesar Rp 2.213/paket sudah mengikuti peraturan dan tingkat harga dipasar.

Sekjen Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Express, Pos, Logistik Indonesia (ASPERINDO) Trian Yuserma, melihat pelaku industri pengiriman merupakan padat karya butuh tenaga kerja untuk mengantar kiriman, jika terjadi mogok tentu akan berdampak pada industri pengiriman, ada mogok tentu ada hambatan kelancaran pengiriman.¹²

Berdasarkan dari saran peneliti sebelumnya, yang dilakukan oleh Arya Jaya Kusuma dan Rutinalas Haholongan yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE (Studi Kasus Kantor Cabang JNE Kebon Nanas) Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain untuk meneliti kepuasan pelanggan diluar variabel harga, kualitas pelayanan, dan ketepatan pengiriman.¹³ Agar dapat mengembangkan penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karna itu peneliti menggunakan variabel *Delivery Speed, Shipment Tracking*, dan *Trust* dalam penelitian ini.

Hal ini sejalan dengan permasalahan yang ditemukan oleh peneliti berupa keluhan pelanggan *Shopee*, sebagai berikut:

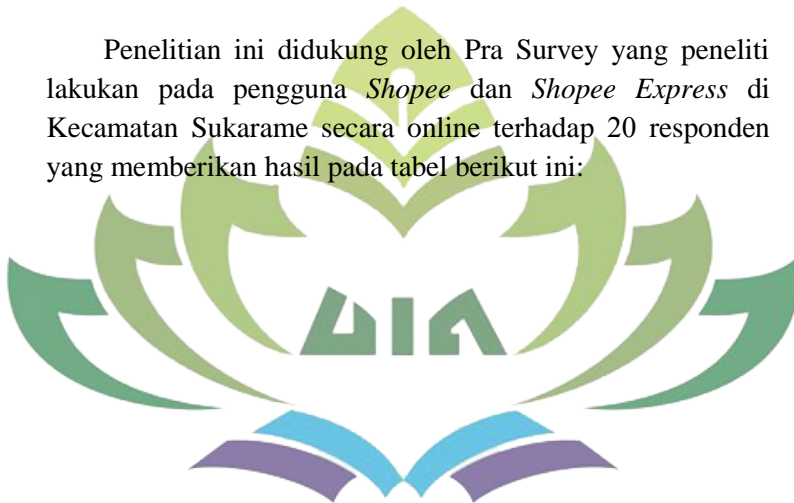
¹² Emir Yanwardhana, "Upah Turun Berujung Kurir Shopee Mogok, Ini Dampaknya," CNBC Indonesia, 2021, <https://www.cnbcindonesia.com>

¹³ Arya Jaya Kawasa dan Rutinaias Haholongan, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengirim JNE (Studi Kasus Kantor Cabang JNE Kebon Nanas)," Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, (2020), hal. 15



Gambar 1.1
Keluhan Pelanggan di Kolom Komentar¹⁴

Penelitian ini didukung oleh Pra Survey yang peneliti lakukan pada pengguna *Shopee* dan *Shopee Express* di Kecamatan Sukarame secara online terhadap 20 responden yang memberikan hasil pada tabel berikut ini:



¹⁴ Data Sekunder: Beberapa Komentar para Pelanggan *Shopee* di *Playstore*
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.shopee.id&hl=id-ID>

Tabel 1. 3
Hasil Pra Survey

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Jumlah
1	Apakah dalam pengiriman pesanan anda dengan menggunakan <i>shopee express</i> , pernah mengalami keterlambatan penerimaan pesanan?	14 orang	6 orang	20 orang
2	Apakah fitur pelacakan di <i>shopee</i> anda pernah mengalami kesalahan dalam pelacakan?	12 orang	8 orang	20 orang
3	Apakah anda pernah merasakan keraguan dengan kualitas produk yang dijual di aplikasi <i>shopee</i> ?	12 orang	8 orang	20 orang
4	Apakah ketika melakukan pembelian pada aplikasi <i>shopee</i> , anda pernah mendapatkan respon yang kurang baik dan kurang tepat?	15 orang	5 orang	20 orang

Sumber: Hasil Pra Survey, 2022

Dari data pra survey di atas menunjukkan bahwa sebanyak 14 responden menyatakan bahwa dalam pengiriman pesanan dengan menggunakan *shopee express* pernah mengalami keterlambatan penerimaan pesanan, 12 responden pernah mengalami kesalahan dalam fitur pelacakan, 12 responden pernah merasakan keraguan dengan kualitas produk yang

dijual diaplikasi shopee, dan 15 orang pernah mendapatkan respon yang kurang baik ketika melakukan pembelian pada aplikasi shopee.

Beberapa isu yang terdapat dalam dunia bisnis/organisasi lainnya, sebenarnya bisa diselesaikan dengan baik jika dilandasi dengan etika bisnis yang diadopsi dalam nilai-nilai agama. Penerapan etika bisnis islam bukanlah suatu hal yang mustahil, jika dalam suatu organisasi para pemangku kebijakannya memiliki latar belakang agama yang berbeda, maka etika bisnis islam tetap bisa dilaksanakan karena didalamnya terdapat nilai-nilai universal yang juga terdapat dalam ajaran agama lainnya, misalnya kejujuran, kerja keras, profesionalisme, tanggung jawab dan lain sebagainya.

Dari uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut guna mengungkapkan sejauh mana pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, dan *Trust*, dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian. Jika *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, Dan *Trust*, memang memenuhi persyaratan, tentunya mereka akan mendapat respon yang positif, dan jika tidak, mereka tidak akan mendapat respon yang positif atau bahkan negatif.

Kemudian terkait sejauh mana dampak *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, Dan *Trust*, dalam menciptakan kepuasan pembelian di kalangan masyarakat di Kecamatan Sukarame. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Delivery Speed, Shipment Tracking, dan Trust Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian Di Marketplace Shopee Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”.

C. Identifikasi dan Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka diperlukan batasan masalah dalam penelitian ini agar penelitian dilaksanakan secara fokus dan menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah. Oleh karena itu, penulis

membatasi penelitian dengan hanya membahas permasalahan Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, dan *Trust* Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian di *Marketplace Shopee* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Adapun subjek penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Sukarame.

D. Rumusan Masalah

Permasalahan yang diajukan berdasarkan uraian latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Delivery Speed* berpengaruh terhadap Kepuasan Pembelian di *marketplace Shopee* pada masyarakat di Kecamatan Sukarame?
2. Apakah *Shipment Tracking* berpengaruh terhadap Kepuasan Pembelian di *marketplace Shopee* pada masyarakat di Kecamatan Sukarame?
3. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap Kepuasan Pembelian di *marketplace Shopee* pada masyarakat di Kecamatan Sukarame?
4. Berapa besar pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, *Trust* secara simultan terhadap kepuasan pembelian di *marketplace Shopee* pada masyarakat di Kecamatan Sukarame?
5. Bagaimana *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, *Trust* Pada Kepuasan Pembelian dalam Perspektif Etika Bisnis Islam?

E. Tujuan penelitian

1. Untuk menguji pengaruh yang ditimbulkan *Delivery Speed* terhadap kepuasan pembelian di *marketplace Shopee* pada masyarakat di Kecamatan Sukarame?
2. Untuk menguji pengaruh *Shipment Tracking* terhadap kepuasan pembelian di *marketplace Shopee* pada masyarakat di Kecamatan Sukarame?
3. Untuk menguji pengaruh *Trust* terhadap kepuasan pembelian di *marketplace Shopee* pada masyarakat di Kecamatan Sukarame?

4. Untuk menguji berapa besar *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* dalam mempengaruhi secara simultan terhadap kepuasan pembelian di *marketplace Shopee* pada masyarakat di Kecamatan Sukarame?
5. Bagaimana *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, *Trust* dan pada Kepuasan Pembelian di *marketplace shopee* dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

F. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk referensi untuk penelitian selanjutnya maupun bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian tentang kepuasan pembelian dan dapat digunakan sebagai literatur untuk menambah pengetahuan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menambah pengetahuan dan informasi bagi masyarakat yang ingin mengembangkan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian yang terkait dengan judul yang diangkat.

b. Bagi *Marketplace*

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi *marketplace* dalam memahami permasalahan yang dihadapi terkait *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* selain itu penelitian ini dapat dijadikan sebagai

bahan bacaan dan sumber informasi mengenai kepuasan pembelian.

c. Bagi Masyarakat dan Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan masyarakat dalam memilih jasa pengiriman produk yang sesuai dengan keinginan dan memberikan kepuasan.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang mengkaji tentang keputusan pembelian namun setiap penelitian akan memiliki karakteristik dan ciri tersendiri yang membedakannya dengan penelitian yang lain. Berikut pemaparan terkait penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini:

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Alfian Erdi Jozuna dan Citra Kusuma Dewiyang berjudul “Pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking*, dan *Trust*, Dalam Menciptakan *Attitude Shopee Express* Dan Niat Pembelian Online Di *Shopee*” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *pengaruh delivery speed, shipment tracking, dan trust*, dalam menciptakan *attitude shopee express* dan niat pembelian online di shopee. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang diolah menggunakan aplikasi olah data SmartPLS. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling yang melibatkan 100 sampel dari populasi pengguna *Shopee Express* yang tidak diketahui jumlah angka pastinya. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap *Delivery Speed* sudah sangat baik, kemudian memiliki *Shipment Tracking* yang sangat tinggi, *trust* dan *Attitude* yang baik serta *Online Purchase Intention* yang tinggi. Dan berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Delivery Speed* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Attitude*, sedangkan *Shipment Tracking* dan *Trust* berpengaruh signifikan terhadap

Attitude, kemudian *Attitude* berpengaruh signifikan terhadap *Online Purchase Intention*.¹⁵

Penelitian Tika Nur Aini yang berjudul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Komitmen sebagai Variable Intervening” Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh signifikan kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variabel intervening (studi kasus pelanggan di Yogyakarta). Variabel penelitian ini adalah kepuasan, kepercayaan, loyalitas pelanggan dan komitmen. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan JNE Yogyakarta yang jumlahnya tidak dapat diketahui.

Sehingga jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 yang diperoleh dari rumus, dengan metode purposive sampling, metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan komitmen pelanggan JNE cabang Yogyakarta.¹⁶

Penelitian Muchammad Maslikhan, M. Ridwan Basamalah dan Ita Athia yang berjudul “Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang)” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di JNE Malang. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di JNE Cabang Utama Malang Jl. Hamid Rusdi 95, Bunulrejo, Kec. Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65121. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna JNE Cabang Utama Malang dan

¹⁵ Jozuna, A. E., & Dewi, C. K., “Pengaruh Delivery Speed, Shipment Tracking, Dan Trust, Dalam Menciptakan Attitude Shopee Express Dan Niat Pembelian Online Di Shopee”, *e-Proceeding of Management*, Vol.7, No.2 (2020), hal. 6333-6345.

¹⁶ Aini, T. N., “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Komitmen sebagai Variable Intervening”, *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, (2020), Vol. 1, No. 2, hal. 88-98.

jumlah sampelnya diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pada kepuasan pelanggan adalah signifikan, pengaruh sistem pelacakan online terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan dan pengaruhnya ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan signifikan.¹⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Dikaprio Dewantoro, Lina Aryani dan Faisal Marzuki yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE”, Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas tracking sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa JNE. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode random sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner melalui google form. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (Partial Least Square) dengan software SmartPLS3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2) ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) fasilitas tracking sistem memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹⁸

Penelitian Adi Wahyu Nugroho, Budi Sudaryanto yang berjudul “Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Di Hira

¹⁷ Maslikhan, M., et al., “Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang)”, *e-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma*, (2022), Vol. 11, No. 15, hal. 12-21.

¹⁸ Dewantoro, D., et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE”, *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, Vol. 1, (2020), Hal. 278-293.

Cargo Cabang Semarang)”, Kajian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh kinerja pelayanan, keandalan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan freight forwarder Cabang Kargo di Hira Semarang Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen HIRA Cargo yang masih aktif menggunakan HIRA Freight Cargo Cabang Semarang sampai Oktober 2012. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu terletak pada objek, subjek, metode penelitian serta teori yang digunakan. Penelitian ini menggunakan subjek Studi Pada Pengguna *Shopee* di Kecamatan Sukarame. Jenis penelitian yang digunakan kuantitatif, penarikan sampel dengan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purpose sampling*. Pengumpulan data dengan kuesioner dengan skala likert 5 poin dan analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS).

Variabel independen adalah Delivery Speed (X1), Shipment Tracking (X2) dan Trust (X3) serta variabel dependen kepuasan pembelian (Y). Karena terdapat banyak perbedaan maka hasil yang dicapai juga merupakan suatu data yang baru atau belum pernah ada sebelumnya karena perbedaan tersebut.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan sistematika secara berurutan yang terdiri dari beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

¹⁹ Nugroho, A. W., & Sudaryanto, B., “Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Di Hira Cargo Cabang Semarang)”, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 2, No. 3, (2017), hal. 1-9.

Bab I Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi mengenai penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori dan Pengajuan Hipotesis

Bab ini berisi tentang kerangka teori, pengajuan hipotesis dan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis dan sifat penelitian, sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel dan metode analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang temuan penulis berdasarkan data yang dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu tentang:

Bab V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh penulis dari penelitian ini serta berisi saran yang ingin penulis sampaikan kepada pihak yang terkait.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

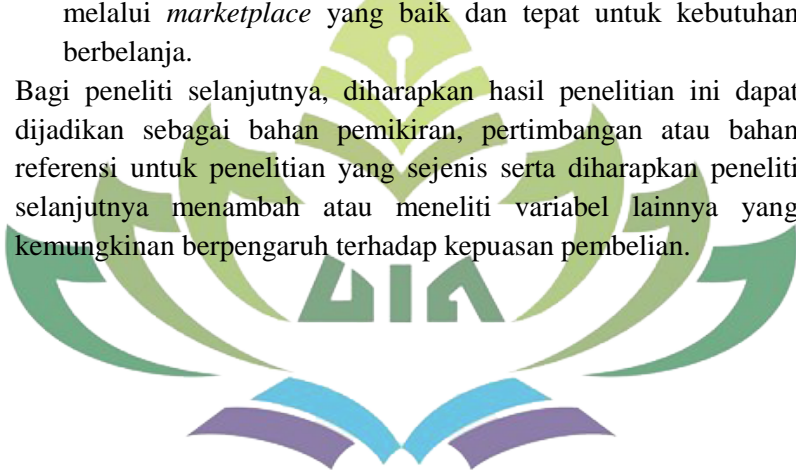
Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan mengenai pengaruh *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* Dalam Menciptakan Kepuasan Pembelian Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, maka simpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. *Delivery Speed* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian di *Marketplace Shopee* oleh masyarakat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, dengan adanya *Delivery Speed* yang baik akan menjadi dorongan untuk masyarakat dalam meningkatkan kepuasan pembelian.
2. *Shipment Tracking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian di *Marketplace Shopee* oleh masyarakat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, dalam hal ini apabila terdapat peningkatan *Shipment Tracking* maka akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pembelian..
3. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian di *Marketplace Shopee* oleh masyarakat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, yang berarti bahwa semakin baik *Trust* maka kepuasan pembelian akan semakin baik pula.
4. *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* berpengaruh terhadap kepuasan pembelian di *Marketplace Shopee* oleh masyarakat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, dalam hal ini apabila *Delivery Speed*, *Shipment Tracking* dan *Trust* sudah berjalan dengan baik, maka keputusan pembelian produk ramah lingkungan akan meningkat.
5. Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan *Shopee* tergolong etis karena sesuai dengan prinsip-prinsip pokok etika bisnis islam, baik dari prinsip *tauhid (unity)*, *tawazun (equilibrium)*, *hurriyah al-iradah (free will)* hingga prinsip *mas'uliyah (responsibility)*.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan saran kepada:

1. Bagi perusahaan, diharapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan tetap menjaga kecepatan pengiriman, sistem pelacakan dan kepercayaan konsumen, agar konsumen maupun pelanggan merasa puas, senang, aman dan nyaman karena pelayanan yang didapatkan sesuai dengan yang diinginkan dan sesuai harapan.
2. Bagi konsumen/masyarakat dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam menentukan jasa pengiriman barang maupun dalam berbelanja melalui *marketplace* yang baik dan tepat untuk kebutuhan berbelanja.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran, pertimbangan atau bahan referensi untuk penelitian yang sejenis serta diharapkan peneliti selanjutnya menambah atau meneliti variabel lainnya yang kemungkinan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian.



DAFTAR RUJUKAN

Buku:

- Aedy, Hasan. Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam. 1st ed. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Agung Widhi Kurniawan and Zarah Puspitaningtyas, (2016), Metode Penelitian Kuantitatif (Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Departemen Pendidikan Nasional, (2008), Kamus Bahasa Indonesia, Jakarta: Pusat Bahasa.
- Fandy Tjiptono, (2008), Strategi Peemasaran Edisi 3, Yogyakarta: Andi Offset.
- Fauzia, Ika Yunia. Etika Bisnis Islam Era 5.0. Edited by Monalisa. 1st ed. Depok: Rajawali Pers, 2021.
- Ghozali, Imam. (2011), Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. 5th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr. Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, Marko Sarstedt Ray, Nicholas P. Danks, And Soumya. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R: A Workbook. Springer. Vol. 30. Springer Nature Switzerland Ag, 2021. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- Hariani, E. (2017). Strategi Pemasaran Pada PT. Kanada Ratu Persada Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam.
- Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu Eka Kusuma, David Ahmad Yani, Ni Nyoman Kerti Yasa, Teti Chandrayanti, Voettie Wisataone, Aditya Wardhana, Roeskani Sinaga, And Nur Hilal. "Konsep Bauran Pemasaran 4p Dan 7p." In Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep, Edited By Hartinii, 126. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran. Diterjemahkan Oleh Bob Sabran,MM, Edisi Ketiga Belas, Jilid 2.Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Situmorang, (2012), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jilid dua, Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Masykuroh, Nihayatul. *Etika Bisnis Islam*. Edited by Mujang Kurnia. CV. Media Karya Kreatif. Banten: Media Karya Publishing, 2020.
- Nasuha, Moh. *Islamic Marketing*. Bandung: Lingkar Media, 2016.
- Philip Kotler, (2007) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks.
- Prof. Dr. Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th ed. Bandung: Alfabeta.
- Saban Echdar, (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Bogor: Ghalia Indonesia. Sekaran, (2013), *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi Keempat.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 19th ed. Bandung: Alfabeta. Sugiono, (2017), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Jurnal Ilmiah:

- Aini, T. N., “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Komitmen sebagai Variable Intervening”, *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, (2020), Vol. 1, No. 2.
- Anita, Yeni. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Bisnis Online Shop: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Ladaza di Kota Pekanbaru)*. Skripsi. Program Pascasarjana. UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Riau.
- Arya Jaya Kawasa dan Rutinaias Haholongan, 2020 “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengirim JNE (Studi Kasus Kantor

Cabang JNE Kebon Nanas)” Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Dewantoro, D., et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE”, PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, Vol. 1, (2020).

Eviani, Intan dan Yusup Rachmat Hidayat. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, Vol 1 No 1.

Jozuna, A. E., & Dewi, C. K., (2020), “Pengaruh Delivery Speed, Shipment Tracking, Dan Trust, Dalam Menciptakan Attitude *Shopee* Express Dan Niat Pembelian Online Di *Shopee*”, e-*Proceeding of Management*, Vol.7, No.2.

Kementerian Agama RI, (2010), *Al-Quran QS Al-Baqarah/2:267*.

Khotimah, Nurul. 2020. Analisis Faktor Kepuasan Konsumen dari Sudut Pandang Kinerja Pelayanan (Reliability, Responveness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles) Studi Kasus Bengkel Resmi Astra Honda Authorized Service Station (AHASS) PT. Murni Subaja Mas. Skripsi. Fakultas Manajemen. Universitas Gunadarma.

Maslikhan, M., et al., “Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang)”, e-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, (2022), Vol. 11, No. 15.

Mawarni, O. D., & Adi, S. W., “Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Pada J&T Express Cabang Kota Karanganyar)”, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 10. No. 1, (2022).

- Murni, Chusnul Hajjah. 2020. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Online Shop di Shoppe. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Ponorogo. Ponorogo.
- Muzammil, A., Yunus, M., & Darsono, N. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Indonesia di Banda Aceh dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Manajemen Inovasi*, Vol. 8, No. 3.
- Nugroho, A. W., & Sudaryanto, B., "Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Di Hira Cargo Cabang Semarang)", *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 2, No. 3, (2017).
- Riley, J. M., & Klein, R. (2019). How logistics capabilities offered by retailers influence millennials' online purchasing attitudes and intentions. *Young Consumers*.
- Saidani, Basrah & Arifin, Samsul. 2012. Pengaruh KUALITAS Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. 3(1): 1-22.
- Saputri, Nindy Azis. 2019. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen JNE Express di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Riau.
- Suciati Puspitaningrum dan Cut Irna Setiawati, "Analisis 7 Atribut e-Commerce Berbasis Website sebagai Dasar Preferensi Konsumen di Kota Bandung dengan Pendekatan Analisis Konjoin", *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 6, No. 2, (2021), hal. 151-167.

Tarwiyanti, Eka Apriliyah. 2018. Pengaruh Kepercayaan (Trust) pada Toko Online (Onlineshop) Terhadap Intensi Membeli Produk. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.

Yansya, Rendi. 2018. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Berbelanja dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Situs Jual Beli Online *Shopee* di Kota Jambi. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi. Jambi.

Zakiah, Vina. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Perilaku Konsumen dalam Berbelanja Online di *Shopee* Perspektif Konsumen di Pondok Pesantren Modern El-Fira Purwokerto. Skripsi. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto. Purwokerto

Halaman Web:

Emir Yanwardhana. 2021 “Upah Turun Berujung Kurir *Shopee* Mogok, Ini Dampaknya” “CNBC Indonesia, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210413125454-37-237469/upah-turun-burujung-kurir-Shopee-mogok-ini-dampaknya>.

Top Brand Award “Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap”, 2023, https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&tbi_index=top-brand&type=brand&tbi_find=Shopee

Kolom Komentar Playstore pada Aplikasi *Shopee*. 2023. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.Shopee.id&hl=id-ID>

